اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية

في قناة MBC 1

"دراسة ميدانية في الجامعة الأردنية وجامعة البترا الخاصة"

Attitudes of Jordanian University Students towards to Drama on MBC 1
A Field Study in the university of Jordan and Petra Private University

إعداد الطالب

أشرف محمد مازن المناصير

الرقم الجامعي 400910008

إشراف

الدكتور/ كامل خورشيد مراد

قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

كليـة الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

الفصل الأول / 2010–2011

التفويض

أنا أشرف محمد مازن المناصير أُفوّض جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا بتزويد نسخ من رسالتي ورقيا والكترونيا للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاســــم: أشرف محمد مازن المناصير

التاريــخ: ٢٨/١٢/٢٠١١

التوقيــع:

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 "دراسة ميدانية في الجامعة الأردنية وجامعة البترا الخاصة" وأجيزت بتاريخ: 28 / 12 / 2010.

أعضاء لجنة المناقشة		التوقيع
الأستاذ الدكتور عبدالرزاق الدليمي	رئيساً	....
الدكتور كامل خورشيد مراد	عضواً ومشرفاً	.... ١٢/١/٢٠١١م
الدكتور مخلد بركة الزيودي	عضواً خارجياً	.... ١٢/١/٢٠١١

الشكر والتقدير

الحمد والشكر لله سبحانه وتعالى الذي منحني العلم والمعرفة والقدرة على إتمام هذا الجهد المتواضع، ويسرني أن أتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى أستاذي الجليل الدكتور كامل خورشيد الذي واكب هذا الجهد منذ كان فكرة حتى أصبح حقيقة رأت النور برعايته المباركة وتوجيهاته.

ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر والامتنان إلى إدارة هذا الصرح العلمي الكبير، جامعة الشرق الأوسط ممثلة برئيسها الأستاذ الدكتور طالب الصريع ونوابه الأفاضل وأعضاء الهيئة التدريسية الأكارم والعاملين فيها، كما أشكر الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة الموقرة ممثلة بالأستاذ الدكتور عبدالرزاق الدليمي، والدكتور مخلد الزيودي على جهودهم الطيبة.

كما وأشكر كل من ساهم في إنجاز هذا الجهد سواء بالتشجيع أو المساندة.

الإهــداء

أهدي هذه الرسالة

إلى من عاشت معاناتي بكل فصولها

وسايرت الحلم الجميل بكل تفاصيله

لنفيق معا على ثمرة هذا الجهد المتواضع..... زوجتي أحلام

إلى الذين سرقتني هواية المعرفة من بينهم

لأعيش في منارات العلم أبحث عن حقيقة

ما زلت أجهل منها الكثير..... أطفالي حلا ، حنين ، أوس ، وجدان

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

الملخص باللغة العربية

اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1
"دراسة ميدانية في الجامعة الأردنية وجامعة البترا الخاصة"

إعداد الطالب

أشرف محمد مازن المناصير

إشراف

الدكتور كامل خورشيد مراد

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1، شمل مجتمع الدراسة جميع الطلبة في جامعتي الأردنية والبترا، أما العينة فتكونت من (445) طالبا وطالبة، وقد اعتمد الباحث على مصدرين رئيسين لجمع المعلومات والبيانات هما البيانات الأولية والبيانات الثانوية.

استخدم الباحث الوسط الحسابي والانحراف المعياري والتكرارات والنسب المئوية، لوصف أراء عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة ولتحديد أهمية العبارات الواردة في الاستبانة، كما تم اختبار الفرضيات باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression)، إضافة إلى استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (Anova)، وذلك لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى إلى الخصائص الديموغرافية للطلبة المبحوثين.

وخلصت الدراسة إلى ما يلي:

1- وجود اختلاف في اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف طريقة عرض الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1.

2- وجود اختلاف في اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف طبيعة المادة المعروضة في الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1.

3- وجود تأثير للموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما التلفزيونية المعروضة في قناةMBC 1 في تشكيل اتجاهات الطلبة الجامعيين.

4- وجود علاقة بين العوامل المحددة لتشكيل الاتجاهات لدى الطلبة الجامعيين واتجاهاتهم الفعلية نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC 1.

وعلى ضوء النتائج قدم الباحث عددا من التوصيات أبرزها:

1- ضرورة استمرار قناة MBC 1 في تحسين طريقة عرض الدراما التلفزيونية التي تقدمها كونها تواجه منافسة من الفضائيات العربية.

2- ضرورة اهتمام قناة MBC1 بقراءة وفهم الاحتياجات الحقيقية الثقافية والترفيهية للمشاهد العربي، ومحاولة تلبيتها بما ينسجم مع قيمه الثقافية والحضارية.

3- ضرورة استمرار قناة MBC1 في تقديم مواد درامية مناسبة من حيث الشكل والإخراج المضمون وبشكل يتوافق مع الأحداث التي تغطيها هذه الدراما.

4- ضرورة إدراك قناة MBC1 لأهمية الموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما التلفزيونية المعروضة لدورها المهم في تشكيل اتجاهات الطلبة، وفي رفع مستوى الوعي والإدراك للمشاهد.

Abstract

Attitudes of Jordanian University Students towards to Drama on MBC 1
A Field Study In the university of Jordan and Petra private university

Prepared by

Ashraf Mohammad AL-Manaseer

Supervised By

Dr. Kamel Khurshid Murad

This study aims to identify the university student's attitudes towards the television drama presented by Arabic MBC Channel.

The study population included all the students in the Universities of Jordan and Petra. As for the Sample, it was given to (445) students. The researcher relied on two main sources of information: the raw data, and secondary data.

The researcher used standard deviation, arithmetic mean, frequencies and percentages to describe opinions (attitudes) of the sample regarding the study variables and to determine the importance of the sentences included in the questionnaire. Moreover, the hypotheses were tested using the (Simple linear regression), in addition to using the variables analysis test (ANOVA) to test whether there were statistically significant differences within the answers of the sample that might be due to the demographic characteristics of students surveyed.

The study concluded with the following:

1- There was a difference in the university students' attitudes towards the different ways the television drama being presented by MBC channel.

2- There was a difference in the university students' attitudes towards the different materials of the television drama of Arabic MBC1channel.

3- Subjects and issues addressed by the television drama presented by MBC have an impact on forming the attitudes of the university students.

4- There was a relationship between the defining factors of attitude formation for the university students and their actual attitudes towards the television drama presented by MBC1.

Among the recommendations the researcher presented in light of the results found were the following:

1- It's important that MBC1channel continues develop the way it presents the television drama due to the competition it is facing by other Arab channels.

2- It's important that MBC1 pays attention, read and understand the actual cultural and entertainment needs of Arab viewers, Moreover it must try to meet them in a way that is in line with their cultural values.

3- It's important that MBC1 channel continues to present Drama that is suitable in terms of its form, content, production and in a way that is consistent with the events that this drama covers.

4- It's important that MBC1channel recognizes the importance of the subjects and issues of the drama it presents, due to its crucial role in forming the attitudes of the students, and the increasing awareness and perception of the viewers.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1-1 المقدمة

1-2 مشكلة الدراسة

1-3 أهداف الدراسة

1-4 أهمية الدراسة

1-5 أسئلة الدراسة

1-6 فرضيات الدراسة

1-7 حدود الدراسة

1-8 محددات الدراسة

1-9 التعريفات الإجرائية

1-10 الإسناد النظري للدراسة

الفصل الأول

مقدمة الدراسة

1-1 المقدمة

الاتصال ظاهرة اجتماعية عرفتها المجتمعات البشرية منذ العصور البدائية للإنسانية، فهو يشكل عصب الحياة المعاصرة ووجهاً من وجوه الحضارة، كما يعبر عن السياسة والاتجاهات الفكرية والظروف الاجتماعية والنظم الاقتصادية, ويؤثر فيها كما يتأثر بها، فوسائل الإعلام في أي مجتمع تؤثر في صياغة ونشر وتوزيع الأخبار والمعلومات والأفكار والآراء, وبالتالي تصبح من أهم الوسائل الفاعلة في تغيير القيم والاتجاهات ولتعزيز أي سلوك إيجابي وتكريسه, وتهميش أي سلوك سلبي في المجتمع.

وتؤدي وسائل الإعلام دوراً مهماً في حياة المجتمع، ويعد التليفزيون إحدى وسائل الإعلام التي تسهم في تشكيل الاتجاهات، بما يقدمه من برامج متنوعة ومتعددة ذات مضامين سلبية وإيجابية، كما يؤدي التلفزيون وسيلة سمعية وبصرية دوراً إعلامياً خطيراً عن طريق الصوت والصورة، فهو يتميز بجذب الانتباه والتركيز من خلال تشغيل حواس الإنسان البصرية والسمعية، واشتغال هاتين الحاستين ينسجم انسجاماً كاملاً، مما تساعد على الجلوس المطول لمتابعة البرامج التلفزيونية التي عادة ما تمتد إلى ساعات طويلة.

والعالم الآن يعيش ثورة اتصالات تتسم بأن كل أشكال الإعلام فيها تقريباً رقمية، فقد مكنت هذه الثورة تزويد البشرية بخيارات متعددة لتلقي المعلومات وتوزيعها، وأصبح بإمكان الإنسان تبادل الملايين من المعلومات، من خلال أدوات البث الفضائي المختلفة والهواتف الخلوية، والحواسيب المتنقلة واتصالات المايكروويف والإنترنت وغيرها من أشكال الاتصال الرقمي، إذ تعد الفضائيات امتدادا لوسائط الاتصال الجماهيرية التقليدية, مثل التلفزيون والصحف والمجلات والراديو.

ويقوم الإعلام في المجتمع المعاصر بدور كبير في تشكيل الاتجاهات للجمهور، ويصل تأثيره إلى قطاعات واسعة من شرائح المجتمع، وقد ساعد على ذلك سرعة اختصاره للزمان والمكان، وسرعة تجاوبه مع المستجدات العلمية والتكنولوجية، مما يؤدى إلى زيادة الرصيد الثقافي للإنسان، وتيسير عملية تبادل الخبرات البشرية وتتوافر في الإعلام عدة مميزات، فهو يقدم خبرات ثقافية متنوعة ونماذج سلوكية وينقل إلى الأفراد خبرات ليست في مجال تفاعلاتهم البيئية والاجتماعية، مما يجعلها ذات تأثير كبير على تكوين الاتجاهات.

ويرى الدليمي (2010، ص15) " أن الإعلام العربي يعاني اليوم من كثير من الاختلافات والتفاوت على جميع المستويات الداخلية والخارجية بما في ذلك إشكاليات الخطاب السياسي والثقافي والإعلامي الذي انصب على العموميات والشعارات مما رسخ إعلام الدولة الذي أثر بشكل سلبي في نوعية المضامين الإعلامية وبدا الإعلام العربي أمام العالم إعلاماً مفككاً غير قادر على خدمة القضايا العربية ".

وتشكل قضايا الإعلام اليوم أحد أهم دعامات الثورة التكنولوجية الحديثة في الاتصالات، وانعكس ذلك على الإنسان المعاصر نظراً للتغييرات المستحدثة في آلياته, والمستجدات في نمط حياته مقارنة مع ما كانت عليه في العهود السابقة، إذ أحدث الإعلام انقلاباً شبه جذري في كل مجالات الحياة المعاصرة وسلوكيات أفراد المجتمع، وطالت التغيرات الأعراف والقواعد والقيم الاجتماعية، هذا فضلاً عما تعرضه وسائله المتعددة في الأجواء العالمية، بعدما حولت العالم إلى قرية صغيرة.

ومن القضايا التي شاعت في الآونة الأخيرة، عمق تأثير المحطات الفضائية على الفرد بشكل خاص والمجتمع بشكل عام، وتعد الجامعات من بين ما يستهدفه الإعلام والفضائيات، نظرا لكون الجامعات تساهم بشكل كبير في إعداد أفراد أكفياء يلبون حاجة المجتمع. وإن هؤلاء الأفراد يشكلون شريحة لا بأس بها من الشرائح الاجتماعية التي تتعرض للتلفزيون، وإذا ما حددنا أكثر فإن الفضائيات العربية احتلت مكانة من اهتمامات الشباب الجامعي في الوطن العربي بشكل عام, إذ أصبحت هذه القنوات مصدراً مهماً للاتصال وللثقافة ولتكوين الاتجاهات والإعداد الجماهيري، نظرا لما تملكه من مزايا، وأصبح التلفزيون أحد المكونات الأساسية لاتجاهات أفراد المجتمع بل ويتحكم في انتقاء مضامينها، ولذلك سمات إيجابية إن أحسن استثماره وسلبية إن تم تقديم مادة سطحية هابطة لا ترتقي بالمشاهدين إلى آفاق مشرقة.

وقد حرصت القنوات الفضائية العربية على زيادة وتنمية حجم مشاهديها في الوطن العربي والعالم في سباق المنافسة بين الفضائيات العربية والعالمية منفتحة بذلك على ثقافات

العالم وحضاراته المختلفة ، ومرتكزة على عدة محاور أهمها انتشار نطاق تغطية القنوات لتصل إلى الجمهور المستهدف على المستوى العالمي.

ومن بين هذه الفضائيات فضائية (M.B.C) العربية التي تأسست عام 1991 في لندن، وتبث برامجها على مدى 24 ساعة يوميا وهي أول فضائية عربية بين الفضائيات العربية الأخرى, وهي تبث أفلاماً ومسلسلات وبرامج للفنانين والممثلين العرب وسيلةً إعلامية متطورة،ولها أقسام وفروع عدة، وتضم مجموعة mbc اليوم سبع قنوات تلفزيونية هي: mbc1 و mbc2 و mbc3 و mbc4 و mbc Action و mbc max و mbc persia , ومحطتين إذاعيتين هما mbc FM للموسيقى الخليجية وبانوراما FM للأغاني العربية الحديثة, بالإضافة إلى شركة O3 للإنتاج وحدة الإنتاج المتخصّصة بالبرامج والأفلام الوثائقية وشركة أخبار الشرق الأوسط MEN وكالة جمع الأخبار, كما تنبثق عن المجموعة عدة مواقع إلكترونية رائدة على شبكة الإنترنت (النهر، 2008، ص32).

وبناءً على ما تقدم فإن هذه الدراسة تتناول اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1، لذلك فإن أهمية هذه الدراسة تنبع من كونها تدرس وتحلل اتجاهاتهم نحو هذه البرامج، وتأتي أهميتها أيضا كونها تشكل ركيزة قوية للبحث في المحددات الأساسية في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 .

1-2 مشكلة الدراسة

تنبع مشكلة الدراسة من تساؤل دار في ذهن الباحث من خلال الملاحظة والتجربة عن اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1.

ومن المعروف أن طلبة الجامعات في كل مكان يخضعون لمجموعة من التحولات والمتغيرات والأحداث على الأصعدة كافة، وهذه التحولات تؤثر بالضرورة على تكوين اتجاهاتهم وقيمهم وسلوكهم، وتؤدي الدراما المقدمة في وسائل الإعلام دوراً في ذلك التحول.

وانطلاقاً من هذه الفرضية فإن مشكلة الدراسة تعالج مدى اعتماد الشباب الجامعي الأردني على الدراما المقدمة في قناة MBC 1 في التزود بالثقافة والقيم والمهارات.

1-3 أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1- التعرف على اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 بشكل عام.

2- التعرف على مدى تفاعل الطلبة الجامعيين مع الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC 1 مصدراً من مصادر تشكيل الاتجاهات.

3- التعرف على دور قناة MBC 1 في تشكيل اتجاهات الطلبة الجامعيين.

4- التعرف على الصلة بين العوامل المحددة لتشكيل اتجاهات الطلبة الجامعيين واتجاهاتهم الفعلية نحو الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC 1.

5- التعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة في إجابات عينة الدراسة المبحوثة تعزى للعوامل الديموغرافية (الجنس، العمر، اسم الكلية، مستوى السنة الدراسية، دخل العائلة الشهري، عدد أفراد الأسرة).

6- الوصول إلى نتائج ذات دلالة يمكن من خلالها تقديم توصيات تحقق الغرض والهدف من إجراء هذه الدراسة.

1-4 أهمية الدراسة

1- تكتسب هذه الدراسة أهميتها في كونها ستعالج -علميا- موضوعاً يتعلق باتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة إم بي سي العربية.

2- تعد دراسات الاتجاهات نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC 1، مجالا خصبا للبحث نظرا لتغلغل التلفزيون في جميع مناحي الحياة، وظهور الثورة المعلوماتية التي بدأت تطل بآثارها السلبية والإيجابية على المجتمعات الإنسانية.

3- تضع نتائج هذه الدراسة بين يدي القائمين على تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات أهم أنواع الخبرات المفيدة في هذا المجال.

4- تطمح الدراسة إلى تكوين قاعدة معلومات وبيانات حول موضوع اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC 1، وهي بذلك تسهم في إثراء المكتبة العربية بشكل عام والمكتبة الأردنية بشكل خاص في مجال يعد من أهم المجالات الاجتماعية.

5- إمكانية الوصول إلى نتائج ذات دلالات إحصائية حول رأي الطلبة الجامعيين بموضوع اتجاهاتهم نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC 1.

6- تقييم الأداء التلفزيوني في موضوع اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC 1 والقضايا المرتبطة به، إذ انه كلما خضعت الممارسة التلفزيونية للمراجعة والتقويم كان مستوى الأداء أفضل في التعامل مع هذا النوع من القضايا.

5-1 أسئلة الدراسة

ولتحقيق الغرض من الدراسة قام الباحث بطرح التساؤلات التالية:

1- هل تختلف اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف محتوى ومضمون الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1؟

2- هل تختلف اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف طبيعة المادة المعروضة في الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1؟

3- ما تأثير الموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما التلفزيونية المعروضة في قناة MBC 1 في تشكيل اتجاهات الطلبة الجامعيين؟

4- ما العلاقة الارتباطية بين العوامل المحددة لتشكيل الاتجاهات لدى الطلبة الجامعيين واتجاهاتهم الفعلية نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC 1؟

5- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الطلبة الجامعيين المبحوثين تعزى للعوامل الديموغرافية (الجنس، العمر، اسم الكلية، مستوى السنة الدراسية، دخل العائلة الشهري، عدد أفراد الأسرة)؟

6-1 فرضيات الدراسة

وبناءً على هذه الأسئلة فقد اعتمد الباحث الفرضيات العدمية التالية:

HO1 عدم وجود اختلاف في اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف طريقة عرض الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1.

HO2 عدم وجود اختلاف في اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف طبيعة المادة المعروضة في الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1.

HO3 عدم وجود تأثير للموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما التلفزيونية المعروضة في قناة MBC 1 في تشكيل اتجاهات الطلبة الجامعيين.

HO4 عدم وجود علاقة بين العوامل المحددة لتشكيل الاتجاهات لدى الطلبة الجامعيين واتجاهاتهم الفعلية نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC 1.

HO5 لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الطلبة الجامعيين المبحوثين تعزى للعوامل الديموغرافية (الجنس، العمر، اسم الكلية، مستوى السنة الدراسية، دخل العائلة الشهري، عدد أفراد الأسرة).

1-7 حدود الدراسة

تمثلت حدود الدراسة فيما يلي:

1- سوف تقتصر هذه الدراسة على آراء عينة من الطلبة الجامعيين بمرحلة البكالوريوس في جامعتي (الأردنية والبتراء) من خلال عينة عشوائية ممثلة للطلبة الجامعيين.

2- أما الحدود الزمانية لهذه الدراسة فإنها ستكون خلال الفترة الواقعة ما بين آب 2010 حتى تشرين الأول 2010.

1-8 محددات الدراسة

1- إن مجتمع الدراسة شمل طلبة جامعتي (الأردنية والبتراء) باعتبار الأولى جامعة رسمية والثانية جامعة خاصة.

2- اعتمد الباحث على وحدة معاينة ضمت الطلبة من مستويات دراسية مختلفة والملتحقين بالبكالوريوس في الجامعتين.

3- قلة الدراسات العربية بشكل عام التي تتناول موضوع اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC 1، كما لوحظ أيضا قلة الدراسات الأجنبية حول هذا الموضوع.

1-9 التعريفات الإجرائية

قام الباحث بتحديد المعاني الإجرائية للمصطلحات المستخدمة في الدراسة، وحسب ما يعنيه كل مصطلح في الدراسات التي أجريت في موضوع الدراسة الحالية.

الاتجاه: هو عبارة عن تنظيم إدراكي، يتمثل في استجابات ثابتة نسبيا، تعبر عن موقف معين، تجاه موضوع معين، وهو يتمثل في ردود أفعال تعكس المفاهيم التقييمية ومعتقدات الفرد التي تعلمها من صفات أو موضوع أو فئة من الموضوعات الاجتماعية، فهي تمثل نزعته للاستجابة إلى حادث معين أو فكرة معينة بطريقة محددة سلفا، وتقوم على تنظيم السلوك الذي يتضمن جوانب وجدانية ومعرفية لنماذج معينة من السلوك، وهذه الاستجابات هي نظام ثابت من التقييمات الايجابية أو السلبية (Blackwell &et.al, 2001,P:289) وتستند الاتجاهات إلى مدخلين هما:

أ- **مدخل الاتجاهات العقلانية:** وتستند الاتجاهات فيه إلى الأفكار أو المعتقدات أو التجارب، وهذا يعني أن الاتجاهات العقلانية يمكن أن تستند إلى المعلومات التي يتم الحصول عليها من مصادر خارجية مثل التلفزيون، وكذلك من المعلومات يتم استدعائها من الذاكرة (Schiffman, 2004, P:256).

ب- **مدخل الاتجاهات العاطفية:** وتستند الاتجاهات فيه إلى المشاعر والعواطف التي تتجه نحو خصائص ومنافع معينة، فالفرد الذي يفضل شيئا معينا لجماله أو لسرعته هو ببساطة يولد شعوراً جيداً نحوه أو هو دلالة على الارتياح لها (Schiffman, 2004, P:256).

التلفزيون: يتكون التلفزيون من مقطعين (Tele) وتعني البعد و (Vision) وتعني الرؤيا وبهذا فإن المعنى الحرفي لهذا المصطلح يعني الرؤية عن بعد (الدليمي، 2005، ص18). وبهذا المعنى يضيف الباحث بأن التلفزيون هو نظام يعنى بإرسال واستقبال الصوت والصورة معاً وعن بعد.

البرنامج التليفزيوني: هو مجموعة من المشاهد والصور واللقطات التي توضع في قالب واضح محدد، بحيث تعالج جميع جوانب الفكرة أو الهدف المطلوب في مدة زمنية محددة وبأساليب متنوعة.

الطلبة الجامعيين: هم فئة من الطلبة الجامعيين في مرحلة البكالوريوس، والذين يدرسون في الجامعات الأردنية العامة والخاصة، سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً، ومن كافة التخصصات العلمية

المُدرسة في الجامعات الأردنية، وفي مختلف سنوات الدراسة خلال فترات دراستهم الجامعية، وبغض النظر عن الفئة الاجتماعية التي ينتمون إليها، ويتم اختيارهم من الوسط الجامعي.

قناة ام بي سي العربية: مركز تلفزيون الشرق الأوسط (Middle East Broadcasting Center)هي شركة تلفازية عربية سعودية يمتلكها السعودي الشيخ "وليد إبراهيم الإبراهيم", وهو رئيس مجلس إدارة الشركة. بدأ مركز تلفزيون الشرق الأوسط منذ بداية التسعينات مع بداية بث MBC(التي تسمى الآن باسمMBC1) كأول محطة تلفزيونية فضائية مفتوحة يمتلكها القطاع الخاص، تقوم ببث برامج تلفزيونية منوعة ترفيهية وغير ترفيهية مجاناً على مدار الساعة, وقد بدأ بث القناة بتاريخ 18 سبتمبر 1991 من مقر الشركة الواقع بمدينة لندن, المملكة المتحدة, وفي عام 2002 تم نقل مقرها للإمارات العربية المتحدة بمدينة الإعلام بدبي (النهر, 2008, ص33).

الدراما التلفزيونية: هي نوع من النصوص الأدبية التي تؤدى تمثيلا في التلفزيون, وتهتم القصص الدرامية غالباً بالتفاعل الإنساني وكثيرا ما يصاحبها الغناء والموسيقى وفن الأويرا.

1-10 الإسناد النظري للدراسة

يعيش الإنسان منذ بدء الخليقة في تجمعات بشرية، فرضت عليه التفاعل مع مجتمعه، وأن يتبادل الآراء والأفكار والمشاعر مع غيره من الناس, كما فرضت عليه تناقل الأخبار والمعلومات التي تؤثر في حياته اليومية، فالمجتمع الإنساني يوصف بأنه مجتمع اتصالي يحتاج فيه الناس إلى الاتصال بعضهم ببعض لتسهيل أمور حياتهم، وعند الحديث عن الإعلام وعلاقته

بأفراد المجتمع, فإننا نصفها بالعلاقة التفاعلية والمسؤولية المتبادلة, وهذا يعني الإدراك السليم لأهمية توظيف وسائل الإعلام واستغلالها في التوعية الشاملة, وفي تشكيل اتجاهات أفراد المجتمع, وفي تعزيز القيم والآراء التي تسهم بالتغيير الاجتماعي للمجتمع (أبو إصبع, 1999، ص161).

وقد انعكس التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات ووسائل الإعلام والاتصال السمعية والبصرية، على الإنسان الذي أصبح في كل مكان يستقبل المعلومات التي تؤثر عليه وتشكل اتجاهاته نحو الأحداث والقضايا التي تعد جزءاً من اهتماماته، وبالتالي فإن دراسة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الأفراد نحو المواضيع المختلفة, يعد مسألة حيوية وذات أهمية كبرى، فوسائل الإعلام الجماهيرية أصبحت تتدخل تقريباً في كافة مجالات الحياة الخاصة بأفراد المجتمع اليومية, الذين أصبحوا محاطين بها من كل جانب, فهي تشكل واقع حياتهم وتساعدهم في التعرف على أنفسهم, وهي تزودهم بالخبر والفكرة والمعلومة, وتسليهم وترفه عنهم, وهي أيضا تسعدهم وتحزنهم, وتسهم بشكل كبير في تشكيل اتجاهاتهم حول شيء أو فكرة أو إحساس أو سلوك أو فعل معين، فأفراد المجتمع عندما يتصلون ببعضهم إنما يشتركون معهم في تبادل الأفكار والمعلومات (جوهر،2001،ص5).

تتميز وسائل الإعلام بقدرة كبيرة في تشكيل اتجاهات أفراد المجتمع، نحو مختلف القضايا التي تهم قطاعات هذا المجتمع, وذلك من خلال صياغة وبث الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام المختلفة, وبالنظر إلى طريقة تعامل وسائل الإعلام مع قضايا الشباب, وضمن هذا الإطار فإنه لا بد من دراسة النظريات التي أحاطت بمسألة دور وسائل الإعلام في تشكيل

معارف الناس وتحديداً تشكيل الاتجاهات، إذ تزخر أدبيات البحث العلمي في مجال النظريات الإعلامية بالعديد من النظريات, التي تفسر العلاقة بين وسائل الإعلام وبين المجتمع, إذ اعتمد الباحث على النظريات الإعلامية التي تشرح كيف يمكن استخدام وسائل الإعلام للتأثير في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات, وهذه النظريات هي: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية الاستخدامات والإشباعات.

1-10-1 نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Approach

تهتم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency بمجالات البحث في تشكيل الاتجاهات، فقد تعرضت معظم الدراسات العربية لهذه النظرية وجعلتها مرتكزًا للبحث في عدد من المواقف المشابهة، إذ إن التراكم المعرفي في مجال الاتجاهات، أسهم في بلورة أطر نظرية تستفيد منها المجتمعات في التعامل مع هذا الموضوع، فنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من نظريات التأثير الإعلامي المعتمدة في هذا النوع من الدراسات، وهي تفترض أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته في الحصول على المعرفة وبناء مواقفه السلوكية في ظروف معينة، فكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام.

ويرى كل من (ميليفين، وساندرا، 1993، ص414-415) أن هذه النظرية تستند على مجموعة من الفروض الفرعية وأهمها:

1- إن اختلاف درجة الاستقرار والتوازن في النظام الاجتماعي يعود إلى التغيرات المستمرة، وبالتالي فإن الحاجة للمعلومات والأخبار تتزايد أو تتناقص تبعا للحاجة لهذه

الأخبار والمعلومات، حيث يكون الأفراد أكثر اعتمادًا على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات.

2- حيوية النظام الإعلامي بالنسبة لأفراد المجتمع تزيد من درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم.

3- اختلاف حاجات الجماهير وأهدافهم الفردية والنفسية تؤثر في درجة اعتمادها على وسائل الإعلام.

وقد اعتمد الباحث هذه النظرية انطلاقا من أن تشكيل الاتجاهات لدى أفراد المجتمع ناجم من التعامل المكثف مع وسائل الإعلام، مصدراً أساسياً لاستقاء المعلومات حول هذا الموضوع، الذي يعطي فرصة التنافس الإعلامي في تقديم ما يسهم في تشكيل اتجاهات أفراد المجتمع، حيث تتعاظم أهمية البعد الإعلامي في ذلك بسبب تصاعد الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في المجتمع من خلال تقديم المعلومات المناسبة، ومن ناحية أخرى بسبب الاندفاع الجماهيري نحو هذه الوسائل لإشباع نهمها وتعطشها للمعرفة المقدمة عبر هذه الوسائل.

ويلاحظ الباحث أن دراسات تأثيرات الدراما التلفزيونية في تشكيل الاتجاهات من المنظور الإعلامي, قد تشكلت ملامحها في إطار تناول وسائل الإعلام لهذه الدراما، إذ إن بعض هذه الدراسات تناولت دور الإعلام في تشكيل الاتجاهات، ويمكن أن نجمل أهمية البعد الإعلامي في ذلك في الأسباب التالية:

1- إن تعدد وتنوع وسائل الإعلام المعاصر وكثافته وقوة تأثيره، أدت إلى شدة المنافسة فيما بين وسائل الإعلام للاستئثار بالفرد، حيث تزايدت جهودها لتقديم رسائل إعلامية متطورة وجذابة وقادرة على التنافس والوصول والتأثير في تشكيل الاتجاهات.

2- تزايد دور وسائل الإعلام في تكوين المعارف والقيم، فالأصل أن التجربة الشخصية هي الوسيلة الأساسية التي يكتسب من خلالها الفرد منذ مولده مجموعة القيم والمعارف التي تسهم في تكوين شخصيته وتشكيل اتجاهاته، أما الآن في عصر العولمة والمعلومات فإن وسائل الإعلام هي الأساس لتكوين معارف وقيم وأراء الناس، وبالتالي تحديد اتجاهاتهم ومواقفهم ومن ثم سلوكهم.

3- تحكم وسائل الإعلام بصفة عامة مجموعة من الضوابط التي يجب أن تلتزم بها في التعاطي مع موضوع الدراما التلفزيونية وأثرها في تشكيل الاتجاهات.

1-10-2 نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratification Approach

نظراً للانتشار المتزايد في أجهزة الإعلام اهتم الباحثون منذ أربعينات هذا القرن بالاستخدام لوسائل الاتصال الجماهيري خاصة بعد أن تأسس مدخل الاستخدامات والإشباعات على يد (الياهو كاتز) الذي اهتم بدراسة عملية الاتصال الجماهيري دراسة منظمة انطلاقاً من أن تصرفات الأفراد في كافة النواحي المختلفة محكومة بما يتولد لديهم من احتياجات يسعون لإشباعها، ويقوم الأفراد أنفسهم باختيار المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية (Klapper, 2001, P: 54).

ومدخل الاستخدامات والإشباعات (Uses and Gratification) هو أهم مداخل دراسة جمهور الوسيلة الاتصالية، إذ من خلاله يتم التعرف على أهداف الاستخدام وأنماطه وأساليبه وعلى خلفيات الجمهور وخصائصه ومدى ارتباطه بالوسيلة، ويعد هذا المدخل ذا ارتباط وثيق بعملية التعرض الانتقائي (Selective Exposuse)، وهذه العملية وإن لم تكن مضبوطة محكمة بشكل كبير في التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية، إذ في كثير من الأحيان يتم التعرض دون انتقاء وتحديد مسبق مثلما يحدث في الراديو والتلفزيون بشكل كبير.

ويقوم مدخل الاستخدامات والإشباعات حسب ما حددها كل من (كاتز وبلومر وجورفيتش (Kats , Blumer, Guervitch) منقولا عن (Klapper, 2001, P: 20-32) على أن حاجات أفراد المجتمع التي تحتاج إلى إشباع عن طريق استعمال وسائل الإعلام أو غيرها هي:

1= الحاجات المعرفية: Cognitive Needs وهي الحاجات المرتبطة بتقوية المعلومات والمعرفة وفهم البيئة المحيطة, وهي تستند إلى الرغبة في فهم البيئة والسيطرة عليها وهي تشبع حاجة حب الاستطلاع والاكتشاف.

2- الحاجات العاطفية: Affective needs وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الخبرات الجمالية، والبهجة والعاطفة لدى الأفراد، ويعد السعي للحصول على البهجة والترفيه من الدوافع العامة التي يتم إشباعها عن طريق وسائل الإعلام.

3- حاجات الاندماج الشخصي: Needs Personal Integrative وهي الحاجات المرتبطة بتقوية شخصية الأفراد من حيث المصداقية، والثقة، والاستقرار، ومركز الفرد الاجتماعي، وتنبع هذه الحاجات من رغبة الأفراد في تحقيق الذات.

4- حاجات الاندماج الاجتماعي: Needs Social Integrative وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الاتصال بالعائلة والأصدقاء، والعالم, وهي حاجات تنبع من رغبة الفرد للانتماء إلى الجماعة.

5- الحاجات الهروبية: Escapist Needs وهي الحاجات المرتبطة برغبة الفرد في الهروب، وإزالة التوتر، والرغبة في تغيير المسار بعيداً عن الآخرين.

وهذه المتغيرات يمكنها أن تبين استعمالات الفرد لوسائل الإعلام منفرداً على أنه ليس مثل تعرضه لوسائل الإعلام مع الآخرين, وقد توصل كل من(كاتز وبلومر وجورفيتش) (Kats , Blumer, Guervitch) إلى مجموعة من النتائج حول استخدام وسائل الاتصال والإشباعات التي تحققها للجمهور، إذ يتفق الباحث مع توجهات هؤلاء الكتاب الذين أشاروا إلى أن:

1- حاجات الاندماج الشخصي والحاجات العاطفية ترتبط بوسائل مختلفة, إذ إن نوعية الوسيلة تحقق إشباعات شخصية معينة مرتبطة بنوعية الحاجات، فالكتب هي الأفضل لإشباع الرغبة في معرفة الإنسان لنفسه، والأفلام والتلفزيون والكتب تشبع حاجة الفرد للاستمتاع الشخصي.

2- التلفزيون وسيلة يخدم لتلبية الرغبة في الحاجة إلى قتل الوقت، ولكن الكتب والأفلام أكثر إشباعاً لتحقيق الهروب.

3- أن السينما والتلفزيون هما أكثر فائدة لتلبية إشباع بعض حاجات الاندماج الاجتماعي، مثل التضامن بين الأصدقاء والعائلة، وأما الحوار في النشاطات الاجتماعية يتم تزويده من خلال الصحافة والكتب.

وتقدم نظرية الاستخدام والإشباع Approach Gratification & Uses حسب ما يعتقد (كاتز) ورفيقاه مجموعة من المفاهيم والشواهد, التي تؤكد بأن أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية, إذ ترى النظرية أن الأفراد يوظفون بفعالية مضامين الرسائل الإعلامية بدلاً من أن يتصرفوا سلبياً تجاهها, وأن الناس مدينون لوسائل الإعلام لسد حاجاتهم أكثر من كونها عامل تأثير عليهم, فالنظرية تضع قيوداً قوية على الاتجاه القائل بالتأثير المباشر لمضمون وسائل الإعلام على المواقف والسلوك, ومن ثم فإن هذا المدخل لا يفترض وجود علاقة مباشرة بين الوسائل الإعلامية والتأثيرات على الجمهور، ويفترض بدلاً من ذلك, أن الجمهور يستخدمون الوسائل لأمور كثيرة، وتلك الاستخدامات تكون عوامل وسيطة في عملية التأثير, ويشير كاتز وبلومر وجورفيتش (Kats , Blumer, Guervitch) إلى أن هذا النموذج يستند على مجموعة فرضيات أساسية فيما يلي:

1- يتسم جمهور وسائل الاتصال بالإيجابية والفاعلية واستخدامه لوسائل الاتصال مرتبط بتحقيق أهداف لديه.

2- يقوم الجمهور بدور رئيسي في إشباع احتياجاته ورغباته في عملية الاتصال الجماهيري، إذ يربط بين إشباع هذه الحاجات والرغبات واختياره للوسائل التي تشبعها.

3- تتنافس وسائل الاتصال مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الأفراد من قائمة احتياجاتهم المتعددة.

4- جمهور وسائل الاتصال قادر على تحديد اهتماماته ودوافع تعرضه لوسائل الاتصال، وتعكس استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال المستوى الثقافي السائد في المجتمع.

ويرى الباحث أن التعرض لوسائل الإعلام يشكل جانباً من بدائل وظيفية لإشباع الحاجات, التـي يمكن مقارنتها للوهلة الأولى بوظيفة قضاء الوقت الفائض لدى الإنسان, حيث إن هذا المدخل يفترض بأن إشباع الحاجات يتم ليس فقط من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة، بل يتم كذلك من خلال السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة, فنحن قد نحب أن نستمع إلى الراديو ونحن وحيدون، ونحب أن نشاهد التلفزيون مع أفراد العائلة. وفي ظروف معينة نفضل قراءة الجريدة, وفي ظروف أخرى نفضل عنها قراءة قصة، ويتوقع الفرد أن ينال من خلال سلوكه في استعمال وسائل الإعلام بعضاً من أشكال المتعة لإرضاء الحاجة لديه (مثل الحاجة إلى الاسترخاء وإلى قضاء وقت الفراغ وإلى الترفيه), والمبادرة في ربط إشباع الحاجات باختيار الوسيلة المناسبة, إنما يخضع للمتلقي ذاته في عملية الاتصال الجماهيري.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

2-1 تمهيد

المبحث الأول: الإطار النظري

2-2 التطور التاريخي للإعلام المرئي

2-3 خصائص الأجهزة المرئية

2-4 القنوات الفضائية

2-5 تأثير الإعلام المرئي على الشباب

2-6 الاتجاهات

2-7 تلفزيون الشرق الأوسط MBC

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

2-8 الدراسات باللغة العربية

2-9 الدراسات باللغة الانجليزية

2-10 خلاصة العرض السابق للدراسات السابقة

2-11 حدود الاستفادة من الدراسات السابقة

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

2-1 تمهيد

يعيش العالم في القرن الواحد والعشرين واستمراراً للقرن العشرين ثورة في تكنولوجيا الاتصال، أتاحت أمام المشاهدين بدائل واسعة لتشكيل اتجاهاتهم، مما جعلهم يندفعون للإقبال على الثقافات الأخرى والانفتاح على مختلف المعارف والمعلومات، التي أضحت تتيحها حضارة الصورة ويوفرها مجتمع المعلومة، والتي حدت وقللت بشكل كبير من مشاهدة البرامج التي يبثها التلفزيون المحلي. ومع تطور هذه الوسائل وثورة المعلومات لم يعد الإعلام المعاصر مجرد أداة لتوصيل المعرفة، أو نقل للأخبار أو مجرد وسيلة للترويح والتسلية، بل أصبح أداة فاعلة في تشكيل الاتجاهات، فالإعلام بوسائله الحديثة والمتنوعة إنما يصدر عن تصورات وتوجهات وأفكار ومبادئ، تعمل على إحداث تغيير مقصود في اتجاهات أفراد المجتمع وأفكارهم.

ويعتقد الباحث أن تكنولوجيا الاتصال أن الإعلام المعاصر قد بات من الأسس والركائز لتشكيل الاتجاهات والقيم التي يؤمن بها أفراد المجتمع، كما أصبحت حرية تدفق المعلومات عبر وسائل الإعلام ونظم الاتصال تصل مباشرة للمستقبل بدون وسيط، وأصبحت هناك شركات عالمية إعلامية تتنافس في تقديم البرامج المختلفة، التي تسهم في تكريس منظومة جديدة من القيم والاتجاهات والمعايير في المجتمع من خلال تناول القضايا المجتمعية، مما كان له انعكاسات خطيرة على الواقع المجتمعي بشكل عام وطلبة الجامعات بشكل خاص.

ومع تغير مفهوم الإعلام وطبيعته في عصر العولمة، تعددت وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، وأضحى الإعلام قوة فاعلة في تشكيل العلاقات الإنسانية المختلفة، وبات من أكثر الوسائل تأثيراً في الرأي العام وتحديداً لاتجاهاته، بل أصبح مصدرا أساسياً للثقافة العامة لفئات المجتمع كافة، بما يحمله من مضامين متعددة تلقى قبولا لدى مختلف الفئات. ونتيجة لذلك فقد

خضع طلبة الجامعات عموماً لمجموعة من التحولات والمتغيرات والأحداث على كافة الأصعدة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، أثرت في تكوين اتجاهاتهم وأدوارهم ومعتقداتهم وقيمهم واستعداداتهم السلوكية، وحتى أساليب حياتهم وفي العلاقات المتبادلة فيما بينهم، إذ كان للإعلام بوسائله المختلفة دور محوري في ذلك، ونظرا لأن طلبة الجامعات يمثلون مرحلة حرجة في حياة الأسرة، ويكتسبون عاداتهم واتجاهاتهم ومبادئهم الأخلاقية العامة والعليا لسلوكهم، ومن ثم يتأثرون بالآثار السلبية للإعلام التي تأثرت بها أسرهم فهم نتاج لظروف مجتمعهم وأسرهم (الدليمي، 2005، ص42).

يُعد التليفزيون من أكثر وسائل الإعلام تأثيراً واستحواذاً على نفوس المشاهدين, بما يقدمه من برامج تعمل على تثقيف الفرد بالمعلومات، وتزوده بالخبرات الجديدة في إطار من العرض الشيق الذي يواكب المبادئ السيكولوجية لعملية تكوين الاتجاهات, فيؤثر في عادات الأفراد وأنماط سلوكهم, والشباب يشاهدون برامج التليفزيون ليتعرفوا على الحقائق المرتبطة ببيئاتهم، والاتصال بما يجرى في العالم من حولهم، بالإضافة إلى الترفيه والمتعة, وتؤكد الدراسات الميدانية الخاصة بالتأثير أن التليفزيون وسيلة لحل مشكلات الحياة الواقعية, وله قوة السحر على حياة الفرد وتوجهاته وسلوكياته الحياتية، ويظهر هذا الأثر بوضوح على مستوى القيم، عندما يقدم أشكالاً من الصور المادية من خلال الدراما التلفزيونية وغيرها.

وقد بات التلفزيون يحتل مكانة مهيمنة في فضاء الاتصال الجماهيري, فهو يوفر مادة إنتاج ثقافي وفكري غزير، ويكاد يجمع الباحثون على أهمية الدور الذي يؤديه التلفزيون في حياة أفراد المجتمع، فهو يؤثر في انفعالاتهم وفي سلوكياتهم, ويؤثر في قيم الشباب، وعاداتهم،

وأخلاقياتهم، فبرامج التلفزيون تعمل على تلقين المادة الإعلامية بطريقة مخططة ومنظمة وهادفة، وتعمل على تشكيل فكر الشاب ووجدانه وسلوكه وقيمه على نحو إيجابي أو على نحو سلبي، ومعظم هذه البرامج لا يربط بينها نظام، أو منهج، أو خطة تربوية تعليمية أو توجيهية، وهي برامج قلما تعتمد على أي تقاليد أو قيم علمية (الدليمي، 2005، ص41).

وللتلفزيون مكانة خاصة في الحياة المعاصرة، فهو وسيلة إعلامية له مميزات وخصائص كثيرة منها انتشاره الواسع, إضافة لما يقوم به من تقديم المتعة والترفيه وإمكانيته على التأثير على الجميع كون من يشاهده كافة فئات المجتمع. والتلفزيون أصبح وسيلة مهمة للتوجيه وتزويد أفراد المجتمع بالخبرات والمهارات والقيم الإنسانية والروحية، ولم يعد وسيلة للترفيه واللهو وقضاء الوقت فقط، ويستخدم لإيصال المعلومات للجماهير سواء من خلال الترفيه أو من خلال برامج جادة بأسلوب يسهل عليهم متابعته (حجازي، 1998، ص12).

المبحث الأول

الإطـار النظـري

هناك ثورة اتصال ومعلوماتية هائلة لا حدود لها، عكست عصراً جديداً من المتغيرات الضخمة وأثرت في كافة مجالات الحياة وأوجه النشاط الإنساني، والجدير بالذكر أن أدوات هذه الثورة المعلوماتية والاتصالية لم تكن وليدة اليوم، فقد بدأت وسائلها منذ القدم ولكنها تطورت

بمرور الزمن مع تطور ونضج العقل البشري، غير أن وسائل كل أداة من الأدوات تمثل علامة بارزة في التاريخ الإنساني، وكل هذه الأدوات التي ظهرت في ثورة المعلومات والاتصال كانت مقدمة لنقلة حضارية أخرى، فعلى سبيل المثال شهد العالم التطورات التالية:

1- اختراع آلة الطباعة منذ أكثر من خمسمائة سنة.

2- اختراع التلغراف منذ أكثر من مائة وخمسين سنة.

3- اللاسلكي منذ أكثر من تسعين سنة.

4- اختراع التليفون (السلكي) منذ أكثر من مائة سنة.

5- اختراع الإذاعة والتلفزيون منذ منتصف القرن التاسع عشر.

6- اختراع وسائل الإعلام غير التقليدية كالبث الفضائي (الأقمار الصناعية) ثم أجهزة الكمبيوتر وشبكات المعلومات في الربع الأخير من القرن العشرين.

وقد أصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية المختلفة (صحافة, إذاعة, تلفزيون, سينما) في عالم اليوم قوة كبيرة وصناعة ضخمة، أسهمت في اعتماد المؤسسات العامة والخاصة عليها في الوصول إلى الجمهور المستهدف، وتحقيق الأهداف المتوخاة من الاتصال بأفراد المجتمع، في عالم أصبح قرية صغيرة وفضاء مفتوحًا، وبما أن المجتمع ليس شيئا واحداً أو كلاً متشابهاً في طبيعته وصفاته ودوره, بل يشمل شرائح كثيرة متباينة الصفات والأوضاع والأهداف والأفكار والقيم والاتجاهات، الأمر الذي فرض على وسائل الإعلام أن تغير من نظرتها للمجتمع كتلة واحدة إلى مجتمع متشابك ومعقد, وبالتالي ينبغي صياغة رسائل إعلامية مناسبة لكل شريحة مستهدفة، بحيث تم صياغة تلك الرسائل بما يتناسب واتجاهات وأفكار وسمات تلك الشريحة المستهدفة (أبوعرجة، 2000، ص17).

وتؤدي وسائل الإعلام المرئية دوراً مهماً في حياة المجتمع، ويعد التليفزيون أحد وسائل الإعلام المرئية التي تسهم في تشكيل الاتجاهات، بما يقدمه من برامج متنوعة ومتعددة ذات مضامين سلبية وإيجابية، كما يلعب التلفزيون وسيلة سمعية وبصرية دوراً إعلامياً خطيراً عن طريق الصوت والصورة، فهو يتميز بجذب الانتباه والتركيز من خلال تشغيل حواس الإنسان البصرية والسمعية، واشتغال هاتين الحاستين ينسجم انسجاماً كاملاً، مما تساعد على الجلوس المطول لمتابعة البرامج التلفزيونية التي عادة ما تمتد إلى ساعات طويلة (يكن،2001، ص31). ويرى (مصطفى،2003، ص44)، أن التلفزيون يتصدر وسائل الإعلام المرئية الأخرى, وأن تأثيره يفوق وسائل الإعلام الأخرى، إذ انه يجمع بين الصوت والصورة والحركة، وأصبح يغزو المجتمعات ويؤثر عليها سلباً وإيجابا من حيث السلوكيات والأفكار.

2-2 التطور التاريخي للإعلام المرئي

تعيش المجتمعات البشرية في دوامة التغير التي فرضتها معظم معطيات العصر التقنية، هذا التغير كان نتيجة تطلع الإنسان إلى مواكبة عجلة التقدم العلمي والإفادة من تلك المعطيات، إلا أن المواكبة السليمة لتطور الأمم تتم من خلال التقويم المستمر لكل ما يعرض من تقنيات حديثة, بحيث يتم اختيار ما يلائم احتياجات الفرد والتي هي جزء من احتياجات المجتمع، دون أن يؤثر ذلك في القيم والاتجاهات والمفاهيم الإنسانية للمجتمع الذي يعيش فيه, فالتقدم العلمي مستمر ومجالاته المتعددة تضرب جذورها في أعماق المجتمع فتحدث تغيراً في سلوك الفرد، فإذا

كان تغيرا مرغوبا فهذا ما تسعى إليه المجتمعات للرقي بمعطياتها وأسلوب حياتها إلى الدرجة التي تكفل لها مواجهة التحديات التقنية، وتمكنها من استغلال الموارد الطبيعية والبشرية الاستغلال الأمثل (الشاعر، 1996, ص7).

ويرى الدباغ،(1991، ص41) أن الانتشار الواسع للبث الإعلامي قد تجاوز جميع الحدود وتخطى أقصى المسافات، حيث أصبح أثره واضحًا على جميع الصعد، وأكثرها وضوحًا الواقع الاجتماعي والقيمي الذي يشكل ثقافة المجتمع بقطاعاته المختلفة وعقائد أهله المتنوعة، فقد أصبح التلفزيون وأحد وسائل الإعلام المرئية والاتصال وفي فترة لا تتجاوز نصف قرن، أن يسيطر على حياة المجتمعات، ويغير الكثير من القيم والعادات والمفاهيم، إلى درجة أن تأثيره أصبح موازياً لتأثير الأسرة والمدرسة والجامعة، وأحياناً أقوى من تأثير كل هذه الجهات، والتلفزيون له دور كبير أيضا في التأثير الإيجابي أو السلبي في تشكيل اتجاهات أفراد المجتمع نحو مختلف المواضيع

وترجع بداية التطور للإذاعة المرئية إلى العام 1839 ميلادي على يد العالم الفيزيائي (الكسندر أدموند بيكيل)، وفي عام 1884 ميلادي اخترع العالم الألماني (بول نيكو) عملية المسح الصوري الأسطوري والمرئي والميكانيكي وطورها, وبذلك يكون التلفزيون قد دخل عصوراً تجريبية جديدة، ويعود الفضل في اختراع التلفزيون إلى العالم البريطاني جون بيرد، الذي استطاع سنة 1924 نقل صورة غير واضحة لصليب صغير إلى شاشة صغيرة معلقة على حائط، عن طريق أجهزة استحدثها, وفي سنة 1929 قدمت هيئة الإذاعة البريطانية أول إذاعة تلفزيونية لها من استوديوهات بيرد, وفي نفس السنة 1930 أذيعت أول تمثيلية تلفزيونية من نفس

الاستوديوهات, وفي سنة 1931 استطاع (جون بيرد) أن ينقل لأول مرة بالتلفزيون سباق الدربي الإنكليزي, وكان أول إرسال تلفزيوني هو إرسال تلفزيون هيئة الإذاعة البريطانية في 2 تشرين الأول عام 1936، لكنه توقف في أيلول عام 1939م بسبب نشوب الحرب العالمية الثانية، وعد من الكماليات, وخشية أن تستفيد ألمانيا من الإشعاعات في تحديد الأهداف (الشال، 1993، ص9-10).

أما في أمريكا فقد واصلت الشركات أبحاثها الخاصة بالتلفزيون وقامت شركة أر سي ومقرها في مدينة نيويورك في سنة 1930 بأول تجربة إرسال من نيويورك، إذ كان باستطاعة أجهزة الاستقبال المرئي التقاط الإشارة عن بعد ميل واحد، بعد ذلك طُوّر استخدام التلفزيون وأدخلت عليه تحسينات كبيرة, إذ سارعت الدول في اختياره وسيلة إعلامية ذات أهمية كبرى تستخدمها للتأثير على الجماهير, وفي سنة 1937 طور العالم الأمريكي زاروكين التلفزيون باختراعه صمام الأورثيكون الإلكتروني الذي أمكن التقاط الصور التلفزيونية الواضحة, والتي نقلت أول مباراة للبيسبول للجمهور الأمريكي سنة 1939م بوضوح, وفي تموز 1947، أعيد إرسال التلفزيون في بريطانيا (الشال، 1993، ص11).

وفي النصف الثاني من القرن العشرين أصبحت الإذاعة المرئية مُعجزة القرن, إذ بدأت تؤثر على المشاهد بشكل واضح وأخذت تؤثر على تفكيره وعلى ثقافته وعلى اتجاهاته وعلى سلوكه, كما أنها تدخلت في تشكيل شخصية المشاهد بما تبثه شركات الإعلام من ثقافات يريدون للمشاهد التشبع بها، وبذلك يقول (بورستين) " إن الإذاعة المرئية تعد أروع عدسة لها هذه الزاوية

المشعة التي اخترعها الإنسان، والتلفزيون له تأثير ساحق في نطاق مفهوم الإنسان المعاصر" (رضا، 1998، ص77).

وقد أدى تطور أقمار الاتصال وأقمار البث المباشر في أواخر القرن العشرين إلى حدوث تغيرات ملموسة على الاتصال التلفزيوني، وهناك العديد من أقمار البث المباشر في أوروبا منها القمر الفرنسي TDF الذي أطلق عام 1988 ويبث إرسال القناة الفرنسية بلوس Canal Plus، والقمر الألماني للبث المباشر TVs AT2 الذي أطلق عام 1988 والقمر الأوربي أولمبي Olympus ألذي أطلق عام 1989, والقمر البريطاني للبث المباشر BSB عام 1989 ويحمل خمس قنوات منها قناة للأفلام وأخرى رياضية وواحدة للأطفال. وقد استغلت الولايات المتحدة أقمار الاتصال في الإعلام الدولي, وثبتت على أقمارها أهم محطة فضائية تلفزيونية هي CNN من أطلانطا, التي تبث على مدار الساعة وتصل لمعظم أنحاء العالم مستخدمة عدة أقمار صناعية. وفي آسيا تعد اليابان أكثر الدول لآسيوية اهتماما بنظام البث المباشر إذ تملك عدة أقمار مخصصة البث وانتقلت عام 1990 إلى السوق العالمية, عندما وقعت عقدا كبيرا مع شركة هيوز الأميركية لصناعة الأقمار الصناعية, لأجل إطلاق خدمات تلفزيونية مباشرة إلى المشاهدين والتي تضم 100 قناة تشتمل على قنوات للأفلام والرياضة وغيرها (بدر، 2002، ص18).

أما دخول البث الفضائي واستخدام الأقمار الصناعية في الوطن العربي فقد بدأ أول الأمر في منطقة المغرب العربي، فقد استفادت كل من المغرب والجزائر من البث التلفزيوني الأوربي, كما سمحت تونس لهيئة التلفزيون الايطالي RAI بإقامة محطة تقوية في العاصمة

تونس (أبو أصبع, 2004, ص27). ويعد تاريخ 8 شباط 1985 منعطفا إعلاميا وتكنولوجياً اتصاليا كبيراً في التاريخ العربي الحديث, إذ كان تاريخ إطلاق أول قمر صناعي عربي Arabsat A1 ثم تلاه في حزيران إطلاق القمر الصناعي الثاني Arabsat B1. وفي عام 1990 أخذ اتحاد إذاعات الدول العربية في الاستفادة من القناة 23 كأول قناة يتم استئجارها على عربسات, وتسخر على مدار الساعة للخدمة التلفزيونية الإقليمية المتمثلة في نقل الأخبار والبرامج المتبادلة بين الهيئات التلفزيونية، وفي 12 كانون الأول 1990 بدأت القناة المصرية بثها المنتظم، وكانت هذه الخطوات بمثابة نقطة البداية لانطلاق الشبكة الفضائية العربية، وقد تزامن هذا مع خطوات سعودية تمثلت في استئجار القناة القمرية الثانية في الحزمة S وخصصت لبث برامج مركز تلفزيون الشرق الأوسط (MBC)، إذ بدأ بث برامجه من لندن في 18 أيلول 1991 (الهاشمي، 2001، ص80).

وأدى انتشار القنوات الفضائية بشكل كبير في بداية التسعينات التي بلغت عام 2000 (452 قناة فضائية تبث معظمها باللغات الأجنبية)، إلى إعادة تشكيل عميقة للساحة التلفزيونية العربية بتنويعها للعرض والمضمون البرامجي, كما أدى ظهور وتطور تقنيات الإعلام والاتصال الرقمية الجديدة والتنامي العالمي للعرض الفضائي, إلى إعادة تشكيل موازين القوى الإقليمية, في ما يتعلق بالبث والإنتاج والتقاط البرامج والأفلام, ولم يعد المجال الفضائي مجرد سماء صافية, بل أصبح مجالا للمنافسة التجارية، وكان هذا بداية لظهور فضائيات عربية نافست الحضور الإعلامي الأجنبي, وأوجدت فضاءً عربيا مؤثرا في اتجاهات الرأي العام العربي (العبد، 2001، ص129).

وفي القرن الواحد والعشرين أصبح الانترنت أداة ضرورية تنافس وسائل الإعلام التقليدية في المعلومات والتثقيف والتسلية، كما أن بإمكاناتها المتقدمة في الاتصالات وتعدد أوساطها استطاعت أن تجمع إمكانيات التلفزيون والراديو والهاتف في وسط واحد، ويقول برودي " بينما يستمر التلفزيون في الوفاء بتوقعاته الماكلوهانية في كونه (النافذة إلى العالم) فإن الإعلام الرقمي وخاصة تلك الموصولة والمشبوكة عن طريق الانترنت تعمل على وصل المستخدم بالعالم" (Brody, 1999).

كما أن خصوصية الانترنت من حيث تطوير تكنولوجيا الإعلام تقع بأن مشاركة المستخدم هي أحد أسسه الرئيسية, مما يعطي انطباعات إضافية عن كيفية استخدام هذه التكنولوجيا وتشكيلها حسب حاجات الجماهير, وبالرغم من الفوائد العديدة والاستخدامات العملية لتكنولوجيات الإعلام الجديد، لم يغط الإنترنت كليا أدوار الإعلام التقليدية المرتبطة بالتلفزيون والإذاعة، ويشير كاستلز إلى " قبول التلفزيون والفيديو وسائل للتسلية بينما يحتفظ الراديو بدور المرافق, بينما تعد أفضل استخدامات الانترنت خاضعة لمصالح المستخدمين (Castells, 2001, p:193).

ويذهب أليكساندر (Alexander, 2004, p:141) إلى أن الإنترنت بات أمرا ضروريا لاستمرارية وتوسع الوسائل الإعلامية، ويرى ليستر(Lister, 2003) " أن الإعلام الجديد إذا واكب التفاعل مع وسائل الإعلام التقليدية, فإن ذلك سيمنحه منطقاً أقوى لانشغال المستخدم في نصوص الإعلام، وعلاقة أكثر استقلالا مع مصادر المعرفة، واستخدام وسائل الإعلام بشكل فردي وخيار أكبر للمستخدم، وعندها تكون الطريقة التي يتعامل فيها الناس مع المصادر على

الانترنت مباشرة, ومشاركتهم الفعالة في تدفق المعلومات سبيل لمعرفة تأثير الإنترنت على البنية السياسية للمجتمع.

3-2 خصائص الأجهزة المرئية

تُعد الأجهزة المرئية أهم وأخطر وسائل الاتصال، سواء الإخبارية أو التربوية أو الإعلامية, وذلك بسبب أنها تتمتع بخصائص وإمكانات لا تتوفر في وسائل أخرى، ويشير (الأصفر، 1993, ص207-222) إلى انه يمكن تحديد الخصائص المميزة للأجهزة المرئية بعدها وسيلة لعرض برامج القنوات الفضائية في النقاط التالية:

1- زيادة قوة تأثير الجهاز المرئي على المشاهد كونه يجمع بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية.

2- يقدم الجهاز المرئي صورا متحركة وناطقة تجعل المشاهد يتابع الأحداث, وهو جالس في مكانه دون أن يكلف نفسه عناء الخروج من منزله للبحث عنها.

3- يتعامل الجهاز المرئي مع المشاهد مباشرة، إذ إن المرسل يخاطب المستقبل وجهاً لوجه.

4- يتميز الجهاز المرئي بقدرته على جذب المشاهدين وخاصة صغار السن والشباب, كما انه يعمل على تحقيق درجة عالية من المشاركة, من خلال المواد والبرامج والدراما التي يقدمها.

5- يتميز الجهاز المرئي بقدرات فائقة على تحويل الأمور المجردة إلى أمور محسوسة، إذ إنه يمتلك القدرة الفنية التي تمكنه من تحويل الخيال إلى صورة واقعية, مما يجعله وسيلة جذابة للكبار والصغار على حد سواء.

6- إمكانية نقل الأحداث السياسية والاجتماعية والاقتصادية على الهواء مباشرة لحظة حدوثها, إضافة إلى إمكانية نقل الكثير من الجوانب الثقافية والمعنوية والمادية للمشاهد, ونقل خبرات الأشخاص ذوي المواهب والتخصصات النادرة، وإلقاء المحاضرات وعرض البرامج والندوات والأفلام العلمية عن عالم الحيوان أو حياة الشعوب وأساليب حياتها (شراب، 1996، ص 111).

4-2 القنوات الفضائية

أتت الفترة التي استغل فيها الإنسان الفضاء اتصاليا وإعلاميا لتمثل متغيرا كبيرا في حياة الأفراد والشعوب والدول, نتج عنه متغيرات عصفت بجميع وسائل الإعلام والاتصال ودعمت مركزية التلفزيون والصورة المرافقة للأحداث على مستوى العالم كله, ومع مرور الوقت وإطلاق الصواريخ الحاملة للأقمار الصناعية المتخصصة بنقل الرسائل الإعلامية المصورة إلى مداراتها, فقد ظهر التلفزيون الفضائي في كل من الاتحاد السوفيتي والولايات المتحدة الأمريكية, كما لحق بهذا الركب العديد من الدول الأخرى مثل فرنسا والصين واليابان(مراميه، وآخرون، 2004، ص15).

وشهدت السنوات الأخيرة من القرن العشرين ظهور القنوات الفضائية وانتشارها على نطاق واسع، فتحول العالم إلى قرية كونية صغيرة تربطها شبكة اتصالات واحدة عبر الأقمار الصناعية، ونتيجة للتطور والتقدم العلمي والتكنولوجي السريع بالعالم تنامت قوة الإعلام الفضائي، وزادت المنافسة بين القنوات الفضائية على استقطاب المشاهدين أمام الأجهزة المرئية،

وذلك من خلال ما تبثه من برامج علمية وثقافية وترفيهية ودرامية متعددة موجهة إلى المشاهدين باختلاف مراحلهم العمرية.

ويشكل البث الفضائي اليوم عصب الاتصالات الدولية، فقد ألغيت المسافات وغدا الإعلام الفضائي يشكل قضية سياسية في عصر تكنولوجيا الاتصال، إذ أتاحت الأجهزة الاتصالية المتطورة اليوم الاتصال السريع والمباشر ومعايشة الأحداث، أولاً بأول، وقد أصبحت القنوات الفضائية من الموضوعات التي تشغل اهتمام صناع القرار والرأي العام والقادة، كونها وسيلة من أنجح الوسائل وأضمنها وأكثرها تأثيراً لتحقيق الاتصال المطلوب.

وقد ساعد انتشار القنوات الفضائية وما تتمتع به من خصائص جعلتها مؤثراً في الحياة الاجتماعية والثقافية، إذ نجحت في التأثير على الأفكار والقيم والاتجاهات والسلوك، وأكدت الدراسات الحديثة كدراسة البوصي (2004)، أن للقنوات الفضائية آثاراً إيجابية ومفيدة من حيث كونها وسيلة توعية مهمة فهي في كل ما تقدمه يكون لها أثر مباشر أو غير مباشر، وقد يكون هذا التأثير مجرد إضافات لمعلومات جديدة أو خلق اتجاه جديد, أو إضعاف اتجاه قديم أو تحويل رأيه بمفهوم معين إلى مفهوم جديد أكثر دقة، وقد يكون التأثير في خلق قيمة جديدة أو تدعيمها أو توسيع المعرفة بها.

ويعتقد الباحث ومن خلال متابعته للدراما التلفزيونية التي تعرضها القنوات الفضائية العربية، أن الأكثرية من برامج القنوات الفضائية العربية تغلب عليها سمة التسلية والبرامج أو المسلسلات الدرامية, وبالتالي فإن أهم المشكلات التي تواجه الدراما التلفزيونية تتعلق بقدرة

القائمين بالاتصال عليها في تحديد حاجات المشاهدين, وبالتالي وضع الخطط لدراما تلبي حاجة المشاهدين وأفضل القوالب والأساليب والمواضيع التي تنمي الوعي لديهم، مستفيدين من المزايا التي تتوفر في البث التلفزيوني.

2-5 تأثير الإعلام المرئي على الشباب

إن مرحلة الشباب من حياة الإنسان، هي المرحلة الأخطر والأدق، باعتبارها بداية العمر، ولهذا جاء الاهتمام بالشباب، لرعاية شؤونهم، وتوجيه سلوكهم، وتقويم انحرافهم، ووقاية أخلاقهم، ليعيشوا حياة سعيدة مستقرّة، ويكونوا سعداء صالحين، ولا شك أن وسائل الاتصال الجماهيري لها تأثير كبير على الشباب وبالأخص التلفاز، فقد أصبح للتلفاز في هذه الأيام أهمية بالغة الأثر على جميع أنماط الحياة، فهو يعمل بطريقه أو بأخرى في التأثير على القيم والاتجاهات سلبا أو إيجابا، فلو أحسن استغلاله استغلالا جيدا فسوف يعكس دورا يشكل به سلوك الشباب، وإذا لم يستغل الاستغلال الجيد فإنه يكون أداة هدم لهؤلاء الشباب (البوهي والشنو، 1996، ص5).

يعد التلفزيون احد المؤثرات الأساسية في عملية التنشئة الاجتماعية, من خلال ما يقدمه من معلومات ومعارف قد تؤثر في معتقدات الشباب وقيمه وثقافته وميوله واتجاهاته ومعارفه, والتلفزيون له آثار اجتماعية ايجابية مثل توفير جو متغير للأسرة ويبرز المواهب الجديدة في العالم, وقد يساهم في إرساء القيم والعادات الاجتماعية والثقافية وتغير سلوك الأفراد إلى الأفضل إذا ما خطط له بشكل إيجابي. وكذلك له آثاره السلبية والسيئة على المجتمع بشكل عام وعلى الشباب بشكل خاص، وهذا يتمثل بالجلوس المطول أمام شاشة التلفاز بحيث يؤثر هذا على

صحتهم العقلية والبدنية، وكذلك يؤثر على السلوك الاجتماعي من العنف والميل إلى العدوان وانحراف بعض الأحداث لتقليدهم ما يرون من أفلام العنف والجرائم التي يرونها.

ومع انتشار الفضائيات في السنوات الأخيرة تحولت هذه الظاهرة إلى ظاهرة اجتماعية عامة, الأمر الذي دفع بالعديد من الباحثين والدارسين في مجال علم النفس الاجتماعي وعلم الاجتماع الإعلامي والتربوي إلى دراسة هذه الظاهرة التي لها آثار اجتماعية ونفسية وثقافية، وتتبع هذه الآثار في أنماط تفكير وسلوك المشاهدين وفي مقدمتهم الشباب، ودراسة طبيعة الدور الذي تلعبه القنوات الفضائية في تشكيل اتجاهاتهم, وما قد تغرسه في شخصيتهم من قيم وسلوكيات تؤثر في نمط حياتهم. وتعد مرحلة الجامعة من المراحل الحرجة في تكوين الشخصية، إذ يبلغ تأثره بالمحيط الخارجي الذي يعيش فيه ذروته، فهو يتعلم كيفية التعامل مع الآخرين وذلك بتكوين الصداقات مع أقرانه الطلبة وانتهاء بالتعاون مع المثيرات البيئية التي تحيط به، ومن أهمها التلفزيون والفضائيات (الشاعر، 1996, ص52).

والشباب متفاوتون في درجة الاستعداد والتقبل والاستجابة والتأثر والتفاعل مع البيئة التي يعيشون فيها, ورغم هذا الاختلاف والتفاوت تظل سنوات الجامعة مرحلة صعبة وحرجة، والتأثر خلالها ينعكس على شخصية الطالب في المستقبل, إذ يعيش الطالب هذه السنوات من عمره في الجامعة وعادة ما يكون اتصاله في هذه الفترة في أقرانه والبيئة الجامعية المحيطة، بمعنى أن ما يتلقاه من أفكار وعادات وتقاليد وقيم وسلوك يصله بشكل عشوائي وغير منظم أو مراقب، فإذا ما اكتسب الطالب هذه الاتجاهات والقيم يكون من الصعب تعديلها أو تغييرها في المستقبل (الشاعر، 1996، ص 53).

2-6 الاتجاهات

تمثل الاتجاهات نظاماً متطوراً للمعتقدات والميول السلوكيةالتي تنمو في الفرد باستمرار نموه وتطوره، والاتجاهات دائماً تكون تجاه شيء محدد أو موضوع معين، كما تمثل الاتجاهات تفاعلاً وتشابكاً بين العناصر البيئية المختلفة، إذ لا يستطيع الفرد أن يكون أو ينشئ اتجاهاً عن شيء معين إلا إذا كان في محيط إدراكه، أي أن الفرد لا يستطيع تكوين اتجاهات تجاه أشياء لا يعرفها أو تجاه أشخاص لا يتفاعل معهم، وتعبر الاتجاهات بشكل عام عن المفهوم الذي يتعلق بتجديد وتطوير ونقل الخصائص النسبية التي يدركها الفرد، و تعد مجالا واسعا لدراسة سلوكه فمن خلال قياس اتجاهات الأفراد يستطيع الباحثون التنبؤ بالسلوكيات والعادات لتلك الفئة من الأفراد.

وتعبر الاتجاهات عن نزعة أو استعداد مكتسب وثابت نسبيا، يحدد استجابات الفرد حيال بعض الأشياء، أو الأشخاص أو الأفكار، أو الأوضاع أو الممارسات، فالاتجاه عبارة عن الاستعداد السلوكي نحو شيء ما، قد يكون سلعة أو إعلانا، أو رجل مبيعات، أو مؤسسة، أو فكرة، وتتضمن ذلك شعورا معينا نحوها (معلا، وتوفيق، 2005، ص82).

2-6-1 مفهوم الاتجاه

الاتجاه هو عبارة عن وجهة نظر يكونها الفرد في محاولته للتأقلم مع البيئة المحيطة به، وإن تفسير السلوك يرتبط جزئياً بالتعرف على اتجاهات الأفراد، وتعد عمليات القياس بشكل عام والاتجاه بشكل خاص، عمليات أساسية في ميدان علم النفس الاجتماعي، ويعود ذلك إلى أن

عملية القياس تحدد إلى أي مدى يمكن أن يعتمد على صحة النظريات والفروض القائمة، وبذلك يمكن مساعدة الدارس على تعزيز أو رفض بعض النظريات والفروض، وتفتح أمامه مجالات أخرى للبحث والتجريب.

وتعني كلمة الاتجاه باللغة الإنكليزية (Attitude) وهي مشتقة من الكلمة اللاتينية، ومعناها موقف عقلي أو حالة نفسية (Posture)، أو موقع مادي (Physical Position) ، والفكرة العامة تستند إلى أن الجزء المركزي أو الأساسي للاتجاهات, إنما هو نوع من الأنشطة أو الأفعال التي يرغب الفرد في المشاركة بها (Wilker , 1996, p:449).

والاتجاه هو بمثابة حالة من الاستعداد السلوكي أو التأهب العصبي والنفسي، تنتظم من خلال خبرة الفرد، وتكون ذات تأثير توجيهي أو دينامكي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تستثير هذه الاستجابة، وقد عرفه عبيدات " بأنه تلك الميول الناتجة عن التعلم أو الخبرات السابقة التي تجعل الفرد يتصرف بطريقة إيجابية أو سلبية، ثابتة نسبيا نحو هذا الشيء، ويضاف إلى ذلك أن كل جزء من أجزاء تعريف الاتجاهات له أهمية كبيرة في تحديد قدرة الاتجاهات على التنبؤ بالسلوك الفردي للأفراد نحو أمور معينة " (عبيدات، 2005، ص219).

كما ينظر إلى الاتجاهات بأنها الحالة الوجدانية القائمة وراء رأي الشخص أو اعتقاده فيما يتعلق بموضوع معين، من حيث رفضه لهذا الموضوع أو قبوله ودرجة هذا الرفض أو القبول، فهو يعبر عن أمور داخلية تعكس مشاعر الأفراد، بالإضافة إلى ميولهم الإيجابية والسلبية نحو موضوع معين، وهذا التعبير عن المشاعر والميول يمكن ملاحظته بعد دراسة هؤلاء

الأفراد وتوجيه أسئلة مختلفة إليهم، ثم سماع الإجابات منهم، فقد تكون الإجابة إيجابية تعبر عن القبول والتفضيل أو سلبية تعبر عن عدم القبول والرفض (الغدير، والساعد، 1997، ص97).

إن الاتجاهات عبارة عن الميول التي تنتج من خلال التعلم، وبذلك يكون لدى الفرد شعور إما محبب (favorable) أو غير محبب(Unfavorable) تجاه موضوع معين، فهي تعبير عن ما يحبه الفرد ومالا يحبه (Schiffman & et.al, 2004, P:253) . كما أن الاتجاهات تُعبر عن درجة الثبات، فهي تقييم عام للأفراد نحو موضوع معين (أهداف، إعلانات, برامج) ويطلق الاتجاه على أي شيء له نظرة ثابتة نحو موضوع ما، أو مواقف من المواقف فهي تنظيم مستقر وذو ديمومة لمجموعة من الاعتقادات بشأن شيء ما أو حالة معينة(Solomon, 2007, P 234).

ويرى الباحث أن الاتجاهات هي استعدادٌ سلوكي أو موقفٌ ذهني أو ميول, يتشكل من خلال التعلم أو الخبرات السابقة نحو موضوع معين، وبذلك يكون الاتجاه معبراً عن نية الفرد (الايجابية أو السلبية), لاتخاذ سلوك أو موقف معين نحو الدراما التلفزيونية المعروضة في قناة MBC 1 .

2-6-2 خصائص الاتجاهات

وقد أشار (Schiffman & Kanuk, 2004,P:253)، إلى خصائص الاتجاه من الناحية البنائية على أنها ميول ناتجة عن التعلم، وتمتاز بخاصية التناسق وتحدث ضمن مواقف

معينة، وأكد كل من (Hoyer & Macinnis, 2000, P:131) على أن الاتجاهات تمتاز بالخصائص التالية:

1- تعد الاتجاهات متعلمة ومكتسبة وتعكس أحيانا طريقة التنشئة في الأسرة والمدرسة والجامعة والمجتمع.

2- سهولة التذكر وتمتاز بدرجة عالية من الثقة.

3- الاتجاهات مرتبطة بالمشاعر والانفعالات.

4- تمتاز الاتجاهات بالثبات النسبي أو الاستمرارية أو البقاء.

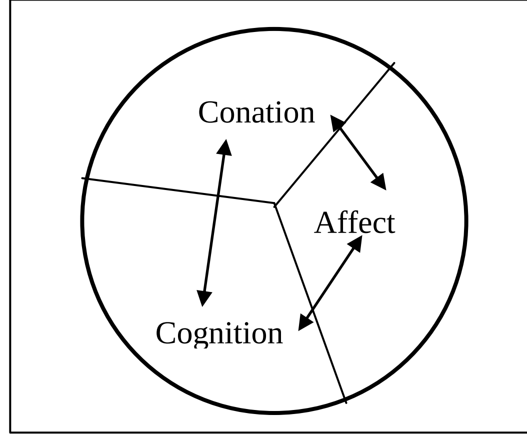
5- تعد الاتجاهات قابلة للتغير وتعتمد درجة التغيير والقابلية على طبيعة الاتجاه من حيث الأهمية والفرد والموقف.

2-6-3 النماذج النظرية للاتجاهات

أشار (Schiffman & Kanuk, 2004, P:256) إلى وجود عدد من النماذج الهيكلية للاتجاهات توضح العناصر الرئيسة للاتجاهات ومن هذه النماذج:

2-6-3-1 النموذج ثلاثي العناصر (Tricomponent attitude model):

وحسب هذا النموذج Tricomponent attitude model فالاتجاهات تتكون من ثلاثة عناصر رئيسة والشكل رقم (2-1) يوضح درجة الترابط والعلاقة التبادلية بين العناصر الثلاثة المكونة للاتجاهات:



الشكل رقم (2-1)

الترابط والعلاقة التبادلية بين عناصر الاتجاهات

Source : Schiffman & Kanuk (2004),Consumer Behavior, Eighth edition, Pearson Prentice Hall , P: 256.

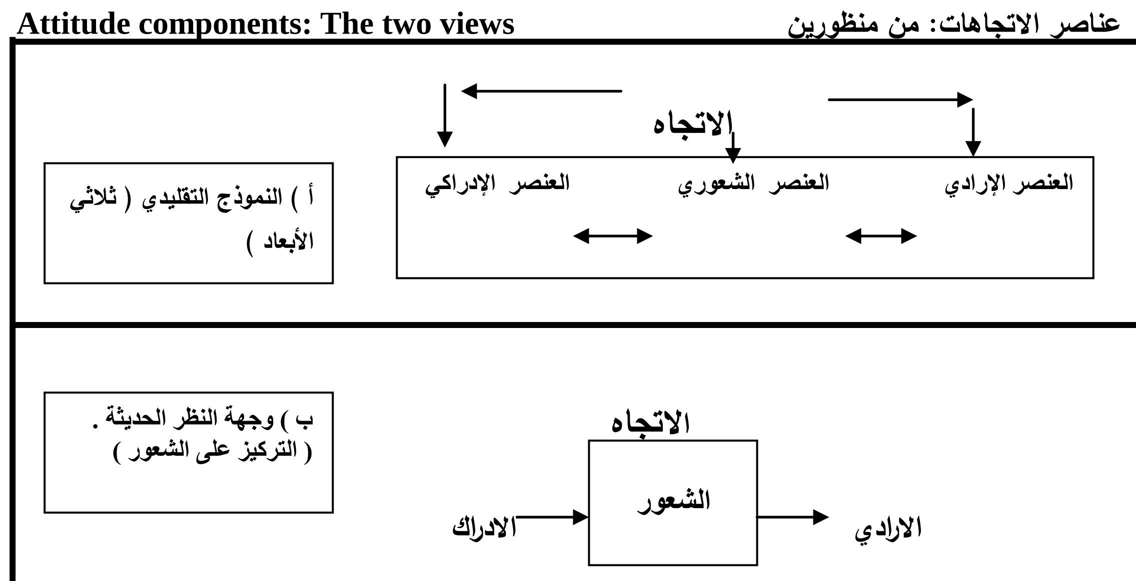
أ- العنصر الإدراكي (المعرفي) The cognitive component: وهو البعد الذي يتعلق بالمعرفة, أي أن الاتجاه هو حصيلة المعرفة التي تتكون لدى الفرد نتيجة خبرات معينة سابقة، الإضافة إلى دراسات ومعلومات مختلفة، فيتكون لديه هذا البعد الذي يأتي نتيجة التعلم والمعرفة بشكل رئيس.

ب- العنصر التأثيري أو العاطفي The Affective component: وهو عبارة عن العواطف والمشاعر المتكونة لدى المستهلك نحو منتج أو خدمة معينة، والعواطف والمشاعر عبارة عن التقييم الكلي للفرد نحو منتج أو خدمة موضوع الاتجـاه، وليس بالضرورة أن ينسجم السلوك الفعلي للمستهلك مع المشاعر والعواطف المتكونة نحو موضوع معين.

ج- العنصر الإرادي The conative component: و يعبر عن التفضيل أو نية (tendency) المستهلك للتصرف نحو موضوع ما.

ويرى (Wilkie, 1986, P:451)، أن هنالك عدداً من المكونات الرئيسة التي توضح هيكلية الاتجاهات وهي: المكون الإدراكي والمكون الشعوري والمكون الإرادي، والشكل التالي رقم (2-2) يبين ذلك:

Attitude components: The two views **عناصر الاتجاهات: من منظورين**



الشكل رقم (2-2)

هيكلية الاتجاهات

Source: Wilkie , William, L. (1996), Consumer Behavior, Printed by John Wiley & Sons , Inc. USA, P:452.

2-6-3-2 نماذج المكونات المتعددة للاتجاهات Multi attribute attitude Models:

وتصف هذه النماذج اتجاهات الأفراد مع الأخذ بعين الاعتبار لموضوع السلوك نحو الدراما التلفزيونية المعروضة في قناة MBC 1, أي تتبع أهمية هذه النماذج من خلال قدرتها على تزويد الباحثين بمعلومات عن الدوافع الحقيقية للاتجاهات نحو هذه الدراما، وتوجد هنالك ثلاثة نماذج رئيسة للاتجاهات هي:

أ- نموذج الاتجاه نحو الشيء The attitude_ toward object Model : وهذا النموذج مناسب لقياس الاتجاهات نحو الدراما التلفزيونية, وبمعنى آخر الفرد بشكل عام لديه اتجاه محبب نحوها, وهي التي تمتلك مستويات وخصائص مناسبة (ملائمة) والتي يقيمها على أنها إيجابية.

ب- نموذج الاتجاه نحو السلوك The Attitude _ toward _ Behavior Model

ويقوم النموذج على قياس السلوك الفعلي للأفراد وليس الاتجاه، وذلك أن الاتجاه يكون إيجابياً نحو الدراما التلفزيونية ولكن السلوك الفعلي يكون سلبياً نحو هذه الدراما.

ج- نموذج نظرية الفعل المبرر Theory *of* Reasoned _ Action Model :

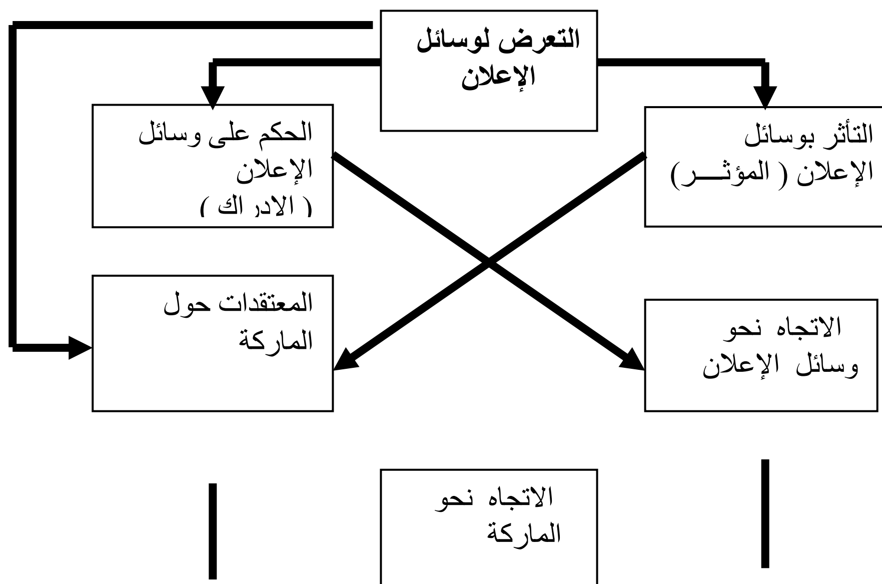
ويستعرض هذا النموذج عناصر الاتجاهات بشكل متكامل وشامل، من خلال هيكل مصمم لتوضيح عملية التنبؤ اللازم لتفسير الأنماط السلوكية التي يتخذها الأفراد.

2-6-3-3 نظرية الاتجاه نحو الإعلان Attitude _Toward _ The _ AD Models

وهي عبارة عن الجهود لفهم تأثير الإعلان أو بعض الأدوات الترويجية، على اتجاهات الأفراد نحو المنتج أو ماركة معينه, والجدير بالذكر أن الانتباه Attention قد تم استخدامه في هذا النموذج لتطوير ما يسمى نموذج الاتجاه نحو الإعلان, كما في الشكل رقم (2-3) التالي:

A conception of relationship among element in

Attitude _Toward _ the_ AD Mode





الشكل (2-3)

نموذج الاتجاه نحو الإعلان

Source: Schiffman & Kanuk,(2004), Consumer Behavior, Eighth Edition, Pearson Edition LTD, p:264.

2-6-4 تشكيل الاتجاهات

تعد الاتجاهات الدالة الرئيسة التي من خلالها يمكن التنبؤ بالسلوكيات الحالية والمستقبلية للأفراد، وبذلك فإنه بدون وجود فهم متكامل عن كيفية تشكيل الاتجاهات مما يترتب عليه عدم التمكن من وضع الخطط والاستراتيجيات التي تهدف لإشباع حاجات الأفراد وتلبية رغباتهم نحو الدراما التلفزيونية, وقد بين (Schiffman &Kanuk, 2004, P:267) أن اتجاهات الأفراد تتأثر بعدد من العوامل هي:

2-6-4-1 الخبرة المباشرة (Direct experience): وهي من أهم العوامل التي من خلالها يستطيع الفرد تشكيل الاتجاه نحو موضوع معين.

2-6-4-2 العائلة والأصدقاء (Family and friends): ومن خلال الاتصال مع الآخرين وخصوصا العائلة والأصدقاء والمقربين والرموز الفردية, والتي تؤثر في تشكيل الاتجاهات نحو موضوع ما، فالعائلة هي أهم العناصر التي تؤثر في تشكيل الاتجاهات, إذ إن العائلة تقوم بتزويد الأفراد بالعديد من القيم الرئيسة والمعتقدات.

2-6-4-3 وسائل الاتصال الجماهيرية (Mass media): وهي مصدر مهم للمعلومات التي تؤثر في تشكيل اتجاهات الأفراد، إذ إن سهولة الحصول على الصحف والعديد من المجلات المتخصصة والعامة المتنوعة وقنوات التلفزيون توفر الأفكار الجديدة والمنتجات والآراء والإعلانات المختلفة.

2-6-4-4 عوامل الشخصية (Personality Factors): إن عوامل الشخصية تلعب دوراً حساساً في تشكيل الاتجاه، فالشخصية التي تتصف بالإدراك العالي High need cognition تجد أن الأفراد لديهم توجه نحو الدراما التلفزيونية, فيقوم الفرد بالتفكير العميق قبل تكوين اتجاه نحو تلك الدراما، ومن ناحية أخرى تجد أن الأفراد الذين لديهم إدراك منخفض (Low need cognition) يميلون عند تشكيل اتجاههم نحو الدراما التلفزيونية إلى الاستجابة للدراما التي تكون ذات جاذبية، وبذلك نستطيع القول إن الشخصية تلعب دوراً حساساً عند تشكيل الاتجاه (Schiffman & kanuk, 2004, P:267).

2-6-5 وظائف الاتجاهات

أشار (Solomon, 2007, P:234) إلى وجود عدد من الوظائف التي تعمل على تغيير الدافع الأساسي لإشباع الحاجات نحو موضوع معين، مما يؤدي إلى تغيير أو تشكيل اتجاهات نحو تلك المواضيع ومن هذه الوظائف:

2-6-5-1 تساعد في عملية التنبؤ بالسلوك Forecasting Behavior : إذ إن الهدف من دراسة الاتجاهات هو تحديد طبيعة ونوعية الاتجاهات المكنونة لدى الأفراد هل هي سلبية أم ايجابية نحو قضية معينة.

2-6-5-2 وظيفة المنفعة The Utilitarian function : وتقوم على أن لدى الفرد اتجاهات محدودة نسبيا نحو شيء معين، وذلك ما تقدمة تلك الأشياء من منافع وفوائد تلبي حاجات ورغبات الأفراد، وعندما نريد أن نغير اتجاه الفرد نحو شيء ما يجب علينا إضافة ميزة غير موجودة في هذا الشيء من قبل.

2-6-5-3 وظيفة القيمة التعبيرية The value - Expressive Function : وهي تعبر عن القيم المركزية والمفهوم الشخصي للأفراد، إذإن الفرد يكون اتجاهاً نحو شيء معين ليس بسبب المنافع فقط, بل بسبب المنافع والقيمة التعبيرية، (Expressive value) التي تتمثل في الملاءمة لتحليل الأنماط الحياتية للأفراد (lifestyle analyses).

2-6-5-4 وظيفة الدفاع عن الأنا Ego Defensive Function: فالاتجاه يتشكل لحماية الفرد من التهديدات الخارجية المحيطة، أو عند تشكل المشاعر الداخلية التي قد تؤدي إلى مشاعر الشك وعدم القدرة على تحقيق أهداف معينة، فهذه الاتجاهات تعمل على اتباع أساليب استراتيجيات دفاعية، الهدف منها حماية الفرد من المنبهات أو التهديدات الخارجية والداخلية.

2-6-5-5 وظيفة المعرفة The Knowledge Function: وتتشكل بعض الاتجاهات بسبب الحاجة إلى المعلومات، أو تفسيرات، وهذه الحاجة تتبلور عندما يواجه الفرد موقفاً غامضاً أو عندما يواجه أشياء جديدة.

2-6-5-6 وظيفة إشباع الحاجات والرغبات Need - Satisfaction Function إذ تساعد الاتجاهات الفرد على إشباعه لحاجاته ورغباته المتعددة والمتجددة, فالأفراد يسعون إلى تحقيق حاجاتهم الاجتماعية وحاجات الانتماء والتقدير, فإذا ما قاموا بالتكيف مع اتجاهات المجتمع السائدة فإنهم لن يشبعوا حاجاتهم ورغباتهم.

2-6-6 وسائل الاتجاهات وطرق قياسها

يساعد قياس الاتجاه كأي عملية من عمليات القياس على التنبؤ بما يحدث في المجال الاجتماعي للجماعة، وهذا هو أهم هدف تسعى إليه البحوث والدراسات النفسية الاجتماعية، فعن طريق قياس الاتجاه النفسي الاجتماعي يمكن التنبؤ بمدى وزمن التغير الاجتماعي المرتقب في أي جماعة من الجماعات، كما يمكن التنبؤ أيضا بإمكانية إدخال عامل جديد إلى حيز التفاعل النفسي الاجتماعي للجماعة، وعليه يمكن القول بأن عملية قياس الاتجاه، هي إحدى العمليات المهمة التي يجب أن يلم بها كل من يعمل في مجال البحوث المختلفة, وقد أشار (عبيدات، 2005، ص224) إلى أن عملية قياس الاتجاهات تتم من خلال وسائل وطرق عديدة منها:

2-6-6-1 ملاحظة السلوك Observation behavior: إذ يمكن قياس السلوك من خلال الملاحظة المباشرة وغير المباشرة، ويعد هذا الأسلوب من الأساليب المهمة التي تستخدم بكثافة في مجالات التعرف على الاتجاهات وأساليب تكوينها, إذ إن عملية ملاحظة السلوك الحركي للفرد تتطلب وقتاً طويلاً، وتستدعي تكرار الملاحظة في ظروف مختلفة، من أمثلة ذلك، الحكم على اتجاه الفرد عن طريق ملاحظة ذهابه إلى الجامعة أو لتأدية الصلاة, أو ملاحظة الشخص

الذي يتردد على نوع معين من المكتبات, أو ملاحظة الركن أو الموضوع الذي يهتم به شخص ما عند قراءته للصحف دائماً.

2-6-6-2 البحوث النوعية Qualitative Research: وتتضمن المقابلات المتعمقة وجماعات التركيز والاختبارات الاسقاطية وغيرها، وهذه الأساليب ذات فائدة كبيرة في تكوين أو بناء الأطر النظرية والمفاهيم حول مختلف الموضوعات، إضافة إلى أنها تساعد على التعرض لأبعاد أو مكونات اتجاهات الأفراد نحو مختلف الأمور، كما يستطيع الباحثون من خلالها الحصول على إجابات ذات قيمة على طرق تكوين الاتجاهات وتفسيرها وتغييرها، فضلا عن أنها قد تحفز المستجيبين لإبراز أفكارهم ومعتقداتهم ومشاعرهم وخبراتهم الفعلية.

3-6-6-2 أسلوب التقرير الذاتي self _ Report attitude Scale : ويتضمن هذا الأسلوب استمارة موجهة مباشرة لعينة من الأفراد المعنيين بموضوع الاتجاه، وذلك لمعرفة آرائهم ومشاعرهم نحو موضوع معين، وتحتوي الاستمارة على مجموعة من الأسئلة المفتوحة وغير المفتوحة, والتي يتم الإجابة عنها من قبل عينة الدراسة مع ملاحظة المقاييس المستخدمة, وحسب هذا الأسلوب يجب أن تقيس ما يجب قياسه (Content Validity)، وعند مختلف الظروف والاتجاهات التي يتعرض لها الأفراد.

4-6-6-2 طرق تعتمد على التعبير اللفظي للفرد: ويعد من أكثر الطرق تقدماً نظراً للاعتماد فيه على الاستفتاءات والحصول على الإجابات لعدد كبير من الأفراد في وقت وجيز.

5-6-6-2 طرق تعتمد على قياس التعبيرات الانفعالية للفرد: فهي تتمثل في دراسة ردود الشخص الانفعالية على مجموعة من المؤثرات، وهذا الأسلوب لا يصلح للاتجاهات النفسية عند

مجموعة كبيرة من الأفراد، ويلاحظ أن قياس الاتجاه يتطلب بناء اختبار خاص أو مقياس خاص لهذا الغرض.

وقد أشار إدريس،(2005، ص372) إلى أنه يمكن قياس الاتجاهات إحصائيا من خلال المفاهيم التي تنطوي على خصائص أو متغيرات غير كمية أكثر صعوبة وتعقيدا, من حيث القياس بالمقارنة بغيرها من المفاهيم المحددة بتضمينها متغيرات كمية، فقياس المبيعات أو معدل دوران رجال البيع أو الكفاءة الإنتاجية يمكن تطبيقها باستخدام المقاييس المستندة إلى النسب أو المعدلات، وبالتالي يسهل مقارنتها وتحليلها، إلا أن الأمر يختلف تماما عند قياس بعض المفاهيم غير الكمية (Qualitative) مثل رضا الأفراد أو اتجاهات الأفراد نحو موضوع معين، وكذلك بالنسبة للإدراك والشخصية والتفصيلات والآراء.

ونظرا لصعوبة قياس المفاهيم النوعية في مجال بحوث الإعلام أو لعدم توافر المعرفة الكافية لدى الكثير من الباحثين حول الأساليب الممكنة لقياس مثل هذه المفاهيم، فهنالك طرق لقياس الاتجاهات والآراء والتفصيلات والشخصية والمعرفة، وتتمثل هذه المقاييس بما يلي:

1- التقرير الشخصي Self - Report measures: ويمكن تقسيم طرق القياس المباشر إلى ثلاث مجموعات رئيسة وهي كما يلي:

أ- مجموعة المقاييس التي تقيس خاصية واحدة.

ب- مجموعة المقاييس المتدرجة التي تقيس المفاهيم ذات الخصائص المتعددة.

ج- مجموعة المقاييس التجميعية أو المركبة.

2- **مقاييس خاصة بقياس الخصائص المتعددة Multiple - item Scale**: ويطلق عليها مقاييس الخصائص المتعددة، وقد انتشر استخدامها في مختلف البحوث الإعلامية والدراسات الإدارية, ويشير (العميان، 2005، ص101) إلى أن أشهر هذه المقاييس هي:

أ- مقياس ليكرت Likert Scale : ويستخدم في قياس الاتجاهات إذ يقوم الباحث بالإشارة إلى درجة الموافقة أو عدم الموافقة على مجموعة من العبارات التي تتعلق بالشيء موضوع القياس، ويطلق على هذا المقياس أحيانا المقياس التجميعي (Summated Scale).

ب- مقياس التمايز في المعاني Semantic Differential Scale : ويقوم هذا المقياس على أساس التمايز في المعاني أو الصفات (Adjectives) المتناظرة أو المتضادة من المقاييس الدقيقة الصالحة لقياس الاتجاهات، ويتميز بسهولة استخدامه، وطبقا لإجراءات هذا المقياس فإن كل مبحوث مطالب بالتعبير عن اتجاهاته نحو موضوع معين، وذلك من خلال سلسلة من المعاني (الكلمات) المتضادة التي تقيس عدد من الخصائص المطلوبة في موضوعٍ ما في الاتجاهات.

ج- مقياس العناصر الرئيسة Staple Scale ويعد هذا المقياس صورة من صور مقياس التمايز في المعاني، وذلك من حيث اعتماده على المعاني أو الكلمات التي تعكس الخاصية المرغوب قياسها، ولكنه يختلف عن مقياس التمايز في المعاني في أنه لا يستخدم التضاد في المعاني، وبالتالي يستخدم قائمتين متناظرتين من المعاني، إن مقياس العناصر الرئيسة يقيس كل خاصية على حدة من خلال معنى واحد محدد، ويتم ذلك من خلال سلم متدرج.

د- مقياس ثار ستون Thurstone Scale : في ظل هذا النوع من مقاييس الاتجاهات فإنه يتم سؤال المبحوث من خلال اختياره للعبارات التي يوافقون عليها من بين قائمة تضم 20 – 25 عبارة، وهذه العبارات يتم اشتقاقها من قائمة أصلية تضم من 100-200 عبارة والتي سبق تقييمها من قبل المحكمين Judges أو الخبراء في مجال الدراسة المعنية، وقد يصل عدد هؤلاء المحكمين أو الخبراء إلى (15 – 20 فرد).

3- المقاييس المركبة Composite or Index Measures: وتقوم هذه المقاييس المركبة على قياس أكثر من خاصية معاً, وهي عادة تستخدم بصورة نمطية بعد أن ثبت نجاحها في العديد من الدراسات في هذا المجال، ومن المقاييس المركبة من حيث الخصائص محل القياس والتي تستخدم كثيرا في البحوث الإدارية والإعلامية:

أ- المقياس المركب للطبقة الاجتماعية.

ب- المقياس المركب لدورة حياة الأسرة.

4- المقاييس غير المباشرة (الأساليب الإسقاطية) Projective Techniques: وتستخدم عندما يعتقد الباحث أن المبحوث لا يتمكن من الاستجابة بطريقة ذات دلالة, وبشكل مباشر بالنسبة للأساليب التي تفسر اتجاهاته أو دوافعه أو سلوكه، فالأفراد ربما لا يكونون على وعي بمشاعرهم وآرائهم، أو لا يكون لديهم الاستعداد للاعتراف الذي يعكس حقيقة سلوكهم أو التعرض لأساليب جمع البيانات بالطرق النوعية أو غير الكمية.

5- نموذج فيشبن Fishbein Model: ويعد هذا النموذج القاعدة الأساسية لنماذج المتعددة الخصائص وخاصة النماذج الخطية إذ إن Fishbein قد طور نظرية تكوين الموقف (الاتجاه)، إذ عد الاتجاه الأساس في تحديد السلوك، ويجد بأن الاتجاه يتكون نتيجة للاعتقادات نحو

موضوع معين، وكنتيجة للاعتقادات فإنه يتكون لديه اتجاهات نحو ذلك الموضوع إما سلباً أو إيجاباً، ومن خلال المعادلة الأساسية لهذا النموذج وهي كما يلي:

$$A_o = \sum_{i=1}^{n} a_i \, b_{ij}$$

إذ إن:

Ao = اتجاه الفرد نحو شيء معين

ai = التقييم السلبي أو الإيجابي للخاصية (i)

bij = قوة الاعتقاد بأن البديل (j) يمتلك الخاصية (i) أو لا يمتلك

n = عدد الخصائص

ووفق هذا النموذج يتم ترتيب البدائل استنادا إلى قيمة الاتجاه، إذ إن البديل الذي يحصل على أعلى قيمة يحتل المرتبة الأولى والذي يحصل على المرتبة البديل يحصل على قيمة أقل من الأولى وهكذا. وقد لاقى هذا النموذج اهتماماً كبيراً من الباحثين, إذ قاموا بتطبيقه على صعيد تقييم مواضيع مختلفة, وكانت النتائج التي حصلوا عليها ذات أهمية كبيرة على إدارة هذا النموذج في تحديد نظام تفضيل الأفراد للبدائل المطروحة (الصميدعي، ويوسف, 2001، ص90).

2-6-7 عوامل تكوين الاتجاهات

ويرى (Schiffman & kanuk, 2004, P:209-212) أن هناك عدة عوامل يشترط توافرها لتكوين الاتجاهات منها:

2-6-7-1 قبول نقدي للمعايير الاجتماعية عن طريق الإيحاء: يعد الإيحاء من أكثر العوامل شيوعاً في تكوين الاتجاهات، ذلك أنه كثيراً ما يقبل الفرد اتجاهاً ما دون أن يكون له أي اتصال مباشر بالأشياء أو الموضوعات المتصلة بهذا الاتجاه، فالاتجاه أو تكوين رأي ما لا يكتسب بل تحدده المعايير الاجتماعية العامة التي يكتسبها الأطفال من آبائهم دون نقد أو تفكير، فتصبح جزءاً نمطياً من تقاليدهم وحضارتهم يصعب عليهم التخلص منه، ويلعب الإيحاء دوراً مهماً في تكوين هذا النوع من الاتجاهات، فهو إحدى الوسائل التي يكتسب بها المعايير السائدة في المجتمع سواء دينية كانت أو اجتماعية أو خلقية أو جمالية، فإذا كانت النزعة في بلد ما ديمقراطية فإن الأفراد فيه يعتنقون هذا المبدأ.

2-6-7-2 تعميم الخبرات: فالإنسان دائماً يستعين بخبراته الماضية ويعمل على ربطها بالحياة الحاضرة, فالطفل (مثلاً) يدرب منذ صغره على الصدق وعدم الكذب أو عدم أخذ شيء ليس له، أو احترام الأكبر منه عمراً، والطفل ينفذ إرادة والديه في هذه النواحي دون أن يكون لديه فكرة عن أسباب ذلك، ودون أن يعلم أنه إذا خالف ذلك يعد خائناً وغير آمن، ولكنه عندما يصل إلى درجة من النضج يدرك الفرق بين الأعمال الأخرى التي يوصف فاعلها بالخيانة، وحينما يتكون لديه هذا المبدأ يستطيع أن يعممه في حياته الخاصة والعامة.

2-6-7-3 تمايز الخبرة: إن اختلاف وحدة الخبرة وتمايزها عن غيرها، يبرزها ويؤكدها عند التكرار، لترتبط بالوحدات المشابهة فيكون الاتجاه النفسي، ونعني بذلك أنه يجب أن تكون الخبرة التي يمارسها الفرد محددة الأبعاد واضحة في محتوى تصويره وإدراكه, حتى يربطها بمثلها فيما سبق أو فيما سيجد من تفاعله مع عناصر بيئته الاجتماعية.

2-6-7-4 حدة الخبرة: إن الخبرة التي يصاحبها انفعال حاد تساعد على تكوين الاتجاه أكثر من الخبرة التي لا يصاحبها مثل هذا الانفعال، فالانفعال الحاد يعمق الخبرة ويجعلها أعمق أثراً

في نفس الفرد, وأكثر ارتباطاً بنزوعه وسلوكه في المواقف الاجتماعية المرتبطة بمحتوى هذه الخبرة, وبهذا تتكون العاطفة عند الفرد وتصبح ذات تأثير على أحكامه ومعاييره.

2-6-8 مراحل تكوين الاتجاهات

يشير العميان, (2005, ص97) إلى أن تكوين الاتجاهات يمر بثلاث مراحل أساسية هي:

2-6-8-1 المرحلة الإدراكية أو المعرفية: يكون الاتجاه في هذه المرحلة ظاهرة إدراكية أو معرفية تتضمن تعرف الفرد بصورة مباشرة على بعض عناصر البيئة الطبيعية والبيئة الاجتماعية، التي تكون من طبيعة المحتوى العام لطبيعة المجتمع الذي يعيش فيه، وهكذا قد يتبلور الاتجاه في نشأته حول أشياء مادية كالدار الهادئة والمقعد المريح، وحول نوع خاص من الأفراد كالإخوة والأصدقاء، وحول نوع محدد من الجماعات كالأسرة وحول بعض القيم الاجتماعية كالنخوة والشرف والتضحية.

2-6-8-2 مرحلة نمو الميل نحو شيء معين: وتتميز هذه المرحلة بميل الفرد نحو شيء معين، فمثلاً أن أي طعام قد يرضي الجائع، ولكن الفرد يميل إلى بعض أصناف خاصة من الطعام، وقد يميل إلى تناول طعامه على شاطئ البحر، وبمعنى أدق أن هذه المرحلة من نشوء الاتجاه تستند إلى خليط من المنطق الموضوعي والمشاعر والإحساسات الذاتية.

2-6-8-3 مرحلة الثبوت والاستقرار: إذ إن الثبوت والميل على اختلاف أنواعه ودرجاته يستقر ويثبت على شيء ما عندما يتطور إلى اتجاه نفسي، فالثبوت هذه المرحلة الأخيرة في تكوين الاتجاه.

2-6-9 أنواع الاتجاهات

ويرى (العميان, 2005, ص92-94) أن الاتجاهات تصنف إلى الأنواع التالية:

2-6-9-1 الاتجاه القوي: وهي الاتجاهات التي تكون مستندة على المعتقدات الدينية والعادات والقيم والمبادئ التي يتمسك ويعتز بها الفرد, ويبدو الاتجاه القوي أيضا في موقف الفرد من هدف الاتجاه موقفاً حاداً لا رفق فيه ولا هوادة، فالذي يرى المنكر فيغضب ويثور ويحاول تحطيمه إنما يفعل ذلك لأن اتجاهاً قوياً حاداً يسيطر على نفسه.

2-6-9-2 الاتجاه الضعيف: هذا النوع من الاتجاه يتمثل في الذي يقف من هدف الاتجاه موقفاً ضعيفاً متهاوناً، يسهل تعديله وتغييره, فهو يفعل ذلك لأنه لا يشعر بشدة الاتجاه, كما يشعر بها الفرد في الاتجاه القوي.

2-6-9-3 الاتجاه الإيجابي: هو الاتجاه الذي ينال الرضا من الفرد بالتمسك به باعتبار أن هذا الاتجاه يشبع حاجاته ورغباته.

2-6-9-4 الاتجاه السلبي: هو الاتجاه الذي ينال الرفض من الفرد ولا يتمسك به باعتبار أن هذا الاتجاه لا يشبع حاجاته ورغباته.

2-6-9-5 الاتجاه العلني: هو الاتجاه الذي لا يجد الفرد حرجاً في إظهاره والتعبير عنه علانية والتحدث عنه أمام الآخرين.

2-6-9-6 الاتجاه السري: هو الاتجاه الذي يحاول الفرد إخفاءه عن الآخرين ويحتفظ به في قرار نفسه بل ينكره أحياناً حين يسأل عنه خوفا من المسؤولية أو من المجتمع.

2-6-9-7 الاتجاه الجماعي: هو الاتجاه المشترك بين عدد كبير من الناس، و تكون على مستوى جميع أفراد المجتمع حول موقف معين.

2-6-9-8 الاتجاه الفردي: هو الاتجاه الذي يكون صادراً عن فرد واحد ويميز فرداً عن آخر ويكون بخصوص قضية معينة.

2-6-9-9 الاتجاه العام: هو الاتجاه الذي ينصب على الكليات وقد دلت الأبحاث التجريبية على وجود الاتجاهات العامة، فأثبتت أن الاتجاهات الحزبية السياسية تتسم بصفة العموم، ويلاحظ أن الاتجاه العام هو أكثر شيوعاً واستقراراً من الاتجاه النوعي.

2-6-9-10 الاتجاه النوعي: هو الاتجاه الذي ينصب على النواحي الذاتية، وتسلك الاتجاهات النوعية مسلكاً يخضع في جوهره لإطار الاتجاهات العامة وبذلك تعتمد الاتجاهات النوعية على العامة وتشتق دوافعها منها.

2-7 تلفزيون الشرق الأوسط MBC

تعد مجموعة تلفزيون الشرق الأوسط MBC (Middle East Broadcasting Center) من أقوى القنوات في الفضاء الإسلامي والعربي ومن أقدمها عمراً, لذلك فهي تتفوق على القنوات الأخرى في خبرتها الإعلامية والمهنية وفي جمهورها المتزايد, وهي مع هذا التقدم الحرفي والفني أثارت ضجة واسعة حول أهدافها وطريقة تعددها وانتشارها(محمد، 2008).

بدأ مركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC بث إرساله من لندن في 18 أيلول من عام 1991, كأول قناة عربية مستقلة مملوكة من قبل القطاع الخاص السعودي بين المحطات التلفزيونية العربية التي تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية, ويصل عدد ساعات البث إلى 24 ساعة يوميا وأصبح بث هذه القناة الآن من دبي (الدليمي، 2005، ص125). وكان رأس مال مركز تلفزيون الشرق الأوسط عند إنشائه قرابة 300 مليون دولار, وميزانيته السنوية قرابة 60 مليون دولار (النهر, 2008, ص31).

وتعد مجموعة آرا الدولية التي تمتلك أيضاً وكالة أنباء يونايتدبرس وراديو يبكتروم من لندن الذي يبث باللغة العربية, وراديو MBC FM الموجه للجزيرة العربية, وشركة آرا للكيبل التلفزيوني, الشركة الأم لمركز تلفزيون الشرق الأوسطMBC ,إذ بدأت هذه المجموعة مركزاً إعلامياً سعودياً متخصصاً في الإنتاج التلفزيوني, ثم تولت التخطيط والدراسة الأولية للقناة التي استغرقت تجاربها الفنية التجريبية حوالي ثلاث سنوات, وقد كانت مجموعة آرا هي التي أبرمت اتفاقاً في لندن, مع الشركة الأمريكية يونايتد انترناشونال هولندج المتخصصة في توزيع الكابل في العالم, لتنفيذ خدمات الكابل في الشرق الأوسط ولتأمين وصول إشارات التلفزيون إلى كل بيت في المنطقة الشاسعة بالسعودية (الدليمي، 2005، ص125).

وقد استطاعت مجموعة تلفزيون الشرق الأوسط MBC أن تجذب عدداً كبيراً من مشاهدي منطقة العالم الإسلامي والعربي, وذلك لأسبقيتها وخبرتها في مجال العمل الفضائي, وتعاقدها مع كبار الشركات المنتجة العربية والأجنبية, بالإضافة إلى حرصها على التشويق والإثارة دون اعتبار لمسلّمات المجتمع المسلم, فلذا استقطبت كثيراً من الشباب والفتيات لإشباع رغبة كامنة في نفوسهم (محمد، 2008).

تضم مجموعة mbc اليوم سبع قنوات تلفزيونية هي: mbc1 و mbc2 و mbc3 و mbc4و mbc Action و mbc max و mbc persia ومحطتين إذاعيتين هما mbc FM للموسيقى الخليجية وبانوراما FM للأغاني العربية الحديثة, بالإضافة إلى شركة O3 للإنتاج وحدة الإنتاج المتخصّصة بالبرامج والأفلام الوثائقية, وشركة أخبار الشرق الأوسط MEN وكالة جمع الأخبار, كما تنبثق عن المجموعة عدة مواقع إلكترونية رائدة على شبكة

الإنترنت تتضمن www.mbc.net : و www.alarabiya.net.وwww.alaswaq.net.

(النهر, 2008, ص32).

فقد بدأ بث قناة MBC1 مع بداية انطلاق هذه المحطة بتاريخ 18 أيلول عام 1991, وهي القناة الوحيدة من قنوات MBC برأس مال عربي, وهي تبث أفلام ومسلسلات وبرامج للفنانين والممثلين العرب, وفي عام 1994 أطلقت المحطة الإذاعية MBC FM التي قدمت عالماً من الموسيقى الخليجية والعربية, وفي عام 2002 انتقل مقر مركز تلفزيون الشرق الأوسط إلى دبي في دولة الإمارات العربية المتحدة وبالتحديد في مدينة دبي للإعلام, وعملت على توسيع نشاطاتها وتدشين محطات جديدة متخصصة في أمور معينة (الدليمي، 2005، ص125).

وفي عام 2003 تم إطلاق MBC 2 التي كانت ولا تزال متخصصة في عام السينما والأفلام الأجنبية, وخصوصاً الأمريكية منها, إذ تعد الآن إحدى أشهر المحطات المجانية المتخصصة في ذلك. وفي نفس العام وتحديداً في 3 آذار 2003 أطلقت قناة العربية الفضائية وهي محطة إخبارية وتبث على مدار الساعة, بالإضافة إلى نشرات الأخبار تعرض البرامج التحليلية واللقاءات مع كبار الشخصيات السياسية وغير السياسية وكذلك البرامج الوثائقية, وقد ظهرت بعد منافستها قناة الجزيرة الفضائية.

وأطلقت في عام 2004 محطة جديدة متخصصة في البرامج والمسلسلات الكرتونية للأطفال وهي mbc3 التي جاءت لتستهدف الجيل الجديد من المشاهدين صغار السن, وذلك عن طريق بث المسلسلات الكرتونية والبرامج الجديدة للأطفال, من أشهر المسلسلات التي تعرض

فيها: يوغي Yu-Gi-Oh وسلاحف النينجا ولوني تونز Looney Tunes وباتمان Batman والفتى أسترو Astro Boy وغيرها.

وفي عام 2005 أطلقت قناة جديدة وهي mbc4 مخصصة للبرامج والمسلسلات الأجنبية عموماً والأمريكية خصوصاً, وهي بشكل عام باللغة الإنجليزية ولكنها في كثير من الأحيان مترجمة إلى اللغة العربية, وتعرض القناة أشهر البرامج الترفيهية مثل أوبرا Oprah والدكتور فل Dr. Philوالمسلسلات الأخرى مثل بيبر دينيس Pepper Dennis وميديم Medium وغرفة الطوارئ ER والعديد من المسلسلات الكوميدية كالسلسلة الشهيرة فريندز, بالإضافة إلى البرامج الإخبارية الحصرية المنقولة في ABC و CBS مثل صباح الخير أمريكا Good Morning Americaو 60 دقيقة 60 Minutes والمسابقات المشهورة مثل جيوباردي Jeopardy وعجلة الحظ Wheel of Fortune , بالإضافة إلى مجلات أخبار الفنانين مثل ذي إنسايدر The Insiderوإنسايد إيديشن Inside Edition, وكذلك حفلات توزيع الجوائز الموسيقية والسينمائية.

وفي نفس العام 2005 أطلقت المحطة قناة إذاعية أخرى وهي بانوراما FM والتي تستهدف فئة الشباب في كافة أنحاء الوطن العربي، تبث القناة البرامج الحوارية. بالإضافة إلى أحدث الأغاني العربية, وأطلقت في 5 آذار 2007 قناة جديدة وهي قناة MBC Action حيث تختص هذه القناة بأفلام ومسلسلات التشويق والمغامرة الأجنبية.

وفي 27 -11- من هذا العام 2010 أطلقت مجموعة "MBC" المحطة (MBC دراما)، دليلاً على إيمان "مجموعة MBC" بالإنتاج المحلي عموما والدرامي خصوصا، إذ تضع

القناة الجديدة بمتناول الأعمال الدرامية جسرا تلفزيونيا يمكنها من العبور إلى الجمهور، كما وتتيح أمام صناع الدراما فرصة أكبر لعرض أعمالهم أمام الملايين، مما يوفر للمشاهدين خيارات درامية مميزة على اختلاف أنواعها ومصادرها وعلى مدار الساعة، سواء الدراما العربية بمختلف ألوانها أو التركية والمكسيكية والهندية وغيرها المدبلجة إلى اللغة العربية.

وتنوي مجموعة MBC" توسيع التجربة الدرامية الرمضانية لتشمل مجمل أشهر العام، وهو ما من شأنه الارتقاء بالصناعة الدرامية العربية إلى مصاف العالمية، وفي حتمية ترشيد الأسعار على نحو يتلاءم مع نسب المشاهدة في المنطقة.

المبحث الثاني

الدراسات السابقة

2-8 الدراسات باللغة العربية

- دراسة شقير, بارعة حمزة، (1999) بعنوان: **تأثير التعرض للدراما الأجنبية في التليفزيون على إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي.**

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير التعرض للدراما الأجنبية في التليفزيون على إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي, وقد استخدمت الدراسة إطارا نظريا متمثلا في نظرية الغرس الثقافي, وتحليل مضمون لـ 125 ساعة من الدراما الأمريكية والبريطانية والمكسيكية المذاعة في القنوات اللبنانية الحكومية والخاصة، وقد اعتمدت الدراسة على نتائج تحليل المضمون في صياغة أسئلة الاستبيان الذي طبق على 400 مفردة من الشباب اللبناني من كافة المحافظات.

وتوصلت الدراسة الميدانية إلى عدة نتائج منها:

1- أن الأفلام والمسلسلات الأجنبية تحتل المرتبة الأولى من حيث المواد التي يفضل الشباب مشاهدتها.

2- وجد 62.5% من مفردات العينة أن الولايات المتحدة هي أكثر المجتمعات عنفا، ووجد 40.5% أن المكسيك أقل المجتمعات عنفا.

3- أن هناك علاقة بين حجم التعرض للتليفزيون وبين إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي وذلك فيما يتصل بقضيتي العنف والإدمان.

- دراسة محمد، عزة عبد العظيم، (2000) بعنوان: **تأثير الدراما التليفزيونية على إدراك الواقع الاجتماعي للأسرة المصرية.**

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين التعرض للدراما العربية التليفزيونية التي تناولت الأسرة المصرية بمستوياته المختلفة (كثيف, متوسط, ضعيف)، وإدراك الجمهور العام بالواقع الاجتماعي للأسرة المصرية, بما يشابه ما يعرضه التليفزيون وتأثير المتغيرات الوسيطة مثل: المشاهد النشطة للدراما التليفزيونية، دوافع المشاهدة (النفعية والطقوسية) وإدراك واقعية المضمون الدرامي المقدم والمستوى الاقتصادي والاجتماعي للفرد, بالإضافة إلى السن والنوع، واستندت الدراسة إلى نظرية الغرس الثقافي, ومن خلال الدارسة التحليلية على عينة من مسلسلات وتمثيليات التي تتناول الأسرة والتي قدمتها القناة الأولى، وكذلك اختبار عدد من الفروض من خلال الدراسة المسحية على عينة من جمهور القاهرة الكبرى (195 فردا) تتراوح أعمارهم م 15 – 75 سنة.

وتوصلت الدراسة الميدانية إلى عدة نتائج منها:

1- عدم وجود علاقة بين كثافة مشاهدة الدراما التليفزيونية وإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي للأسرة المصرية.

2- أن هناك أربعة دوافع أساسية لمشاهدة الدراما التليفزيونية وهي التعلم، التعود، التسلية، والتفاعل مع الآخرين.

- دراسة الصمادي، سامي, (2002)، بعنوان: **اتجاهات المواطنين نحو الإعلان التجاري المتلفز: دراسة ميدانية في مدينة الزرقاء.**

هدفت إلى التعرف على اتجاهات المواطنين في مدينة الزرقاء نحو أخلاقيات الإعلان التجاري المتلفز، من حيث نزاهة المعلومات الواردة به وصدقها ومدى انسجامه مع ثقافة المجتمع.

وتوصلت الدراسة إلى أن معظم المستجيبين يعتقدون أن الإعلان التجاري المتلفز لا يلبي الطموحات من حيث نزاهته ومصداقيته، وأنه لا ينسجم مع ثقافة المجتمع، وأن الإعلان التجاري بحاجة لإعادة النظر من قبل المختصين والوكالات المعلنة.

وأوصت الدراسة بضرورة إجراء بحوث لفهم ثقافة المجتمع الأردني وأخذها بعين الاعتبار عند تصميم الإعلان.

- دراسة, الصمادي، (2003)، بعنوان: **دور الدعاية في الإعلان التجاري دراسة مسحية لاتجاهات المستهلك الأردني،** هدفت هذه الدراسة إلى تقييم أثر أسلوب الإعلان الدعابي على سلوك المستهلك الأردني، ومعرفة مدى انسجامه مع ثقافة المجتمع وقد تم الاعتماد على مسح ميداني لاتجاهات المستهلكين، وقد أجريت الدراسة على عينة ميسرة بلغت400 مبحوث، إذ استخدم الباحث أسلوب التوزيع والجمع المباشر للحصول على البيانات المطلوبة.

أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

1- أن الإعلان الدعابي له تأثير إيجابي على سلوك المستهلك الأردني، بما في ذلك انسجامه مع ثقافة المجتمع.

2- أن غالبية أفراد العينة أبدو تحفظا حول الثقة بمدى مصداقية الدعوى الإعلانية.

وقد قدمت الدراسة عدداً من التوصيات منها:

1- ضرورة إعادة النظر في تصميم الإعلان الدعابي من حيث مصداقية المحتوى بحيث يبعث في نفس المستهلك مزيدا من الثقة في الدعوى الإعلانية.

2- ضرورة القيام بدراسات متخصصة ومعمقة لفهم سلوك المستهلك الأردني وإدراك حاجاته بشكل منتظم للتغلب على الضعف والقصور في الإعلان الدعابي وتعزيز مصداقيته، الأمر الذي من شأنه زيادة فاعلية الإعلان الدعابي لدى المستهلك الأردني بشكل خاص، والمستهلك العربي بشكل عام.

- دراسة البوصي، عائشة (2004). **أثر التلفزيون على التنشئة الاجتماعية.** دراسة ميدانية في الكويت.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التلفزيون في التنشئة الاجتماعية, ومعرف الآثار السلبية العميقة التي تعكسها شاشة التلفزيون, كنشاط سلبي وإدمانها عزلة عن الواقع وحول آثار التلفزيون.

وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

1- وجود مخاطر من مشاهدة الأطفال والناشئة للبرامج والمسلسلات الأجنبية التي تبث عبر القنوات التلفزيونية المحلية أو الفضائيات الأجنبية التي أصبحت تسيطر في السنوات الأخيرة، والتي أثرت على اختيارات المشاهد رغم ما فيها من ثقافة غربية وتقاليد مناقضة لقيم المجتمع العربي المسلم وتقاليده.

2- أن التلفزيون لم يسهم في تعزيز المفاهيم الإسلامية التعزيز الإيجابي الكافي والواجب عليه شرعا، سواء فيما يقدمه من برامج أطفال عربية أو معربة، وهذا يجعل من الضروري دق ناقوس الخطر والإسراع بتعديل الخطى ليؤدي جهاز التلفزيون دوره في المجتمع بشكل مرض.

3- إن مرحلة الطفولة هي الأساس في التنشئة وبالتالي فإن طرق هذه التنشئة لها نتائجها وآثارها في المستقبل.

4- أشارت النتائج حول علاقة المشاهدة في التحصيل العلمي للأطفال أن ذلك ينتج عن تداخل الوقت المخصص للمشاهدة مع الوقت المخصص للمذاكرة إذ يترك الطفل واجباته المدرسية ليشاهد برامج معينة خاصة وأن التلفزيون لا يحتاج إلى مجهود عقلي كالمذاكرة مما يجعله مفضلا لدى الصغار.

- دراسة القدرة، مبروك فؤاد، (2004). **التنمية الصحية وسلامة البيئة في الإعلام المرئي (التلفزيون) بمحافظة غزة.**

هدفت إلى فحص التنمية الصحية وسلامة البيئة في الإعلام المرئي، كما هدفت أيضاً إلى التعرف إلى الدور الرئيس الذي تقوم به وسائل الإعلام وتأثيره على اتجاهات وممارسة المجتمع الفلسطيني ومفاهيمه في المجال الصحي والبيئي. إذ تبنى الباحث منهج تحليل المضمون للرسائل الصحية والبيئية التي تبث من خلال برامج التلفزيون والفضائية الفلسطينية التي اهتمت بمعالجة القضايا ذات العلاقة بموضوع البحث، واستخدم الباحث منهج المسح الميداني من خلال الوصول إلي عينة تمثل جميع شرائح المجتمع الفلسطيني بشكل يراعي الباحث التوزيع الجغرافي للأفراد.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن البرامج الصحية والبيئية قد حظيت بالمرتبة الثالثة والرابعة، مما يعني القبول لمثل هذه البرامج، وأكدت الدراسة أيضاً أن الكثير من المبحوثين يولون اهتمامات بالغة بالقضايا البيئية والصحية المطروحة.

- دراسة دشتي، فاطمة عبد الصمد، (2005)، بعنوان: **أثر مشاهدة البرامج الفضائية على المهارات الاجتماعية لدى عينة من الأطفال بدولة الكويت.**

هدفت الدراسة الحالية إلى الكشف عن العلاقة بين نوعية البرامج الفضائية التي يشاهدها الأطفال وبين المهارات الاجتماعية لهؤلاء الأطفال، والتعرف على العلاقة بين عدد ساعات مشاهدة هذه البرامج الفضائية وبين المهارات الاجتماعية لهؤلاء الأطفال، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من 200 طفل وطفلة ممن تتراوح أعمارهم بين 5-12

سنة بدولة الكويت بمدارس: الرقة والواحة وأم براء والجهراء، واستخدم الباحث استبانة برامج الأطفال التلفزيونية التي يشاهدها الأطفال.

واعتمدت الدراسة على أسلوب تحليل التباين أحادي الاتجاه One way Analysis of Variance واختبار شيفيه للمقارنات المتعددة Multiple Comparison وأسفرت النتائج عن:

1- عدم اختلاف المهارات الاجتماعية بالنسبة للأبعاد: التعبير الانفعالي، والحساسية الانفعالية، والضبط الانفعالي، والتعبير الاجتماعي، والحساسية الاجتماعية، والضبط الاجتماعي، والدرجة الكلية للمهارات الاجتماعية باختلاف نوع البرامج الفضائية التي يشاهده الأطفال.

2- عدم اختلاف المهارات الاجتماعية بالنسبة للأبعاد: التعبير الانفعالي، والحساسية الانفعالية، والتعبير الاجتماعي، والحساسية الاجتماعية، والدرجة الكلية للمهارات الاجتماعية، بينما اختلف الضبط الانفعالي والضبط الاجتماعي باختلاف عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية، لصالح الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية بصورة أقل.

- دراسة، الشميمري، أحمد بن عبدالرحمن (2005)، بعنوان: **التوجهات نحو الإعلان التلفزيوني في القنوات الفضائية العربية.**

هدفت الدراسة إلى معرفة الاتجاهات العامة نحو الإعلان التلفزيوني في الفضائيات العربية، وقد تبنت هذه الدراسة نموذجاً علمياً مطبقاً في البيئة الغربية للمساعدة في قياس هذه الاتجاهات في البيئة السعودية، وقد أجريت الدراسة على عينة قدرها 375 مفردة من الرجال والنساء في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية.

أوضحت نتائج الدراسة عدة جوانب تساهم في إدراك وفهم الاتجاهات نحو الإعلان التلفزيوني، وتكشف بعض العلاقات المتعلقة بالصفات الديموغرافية والاتجاهات الإيجابية أو السلبية للمبحوثين، منها كثافة مشاهدة الفضائيات العربية إذ بلغت نسبة من يشاهدها أكثر من ساعتين يومياً 85.7% من مفردات الدراسة، وساهمت نتائج هذه الدراسة في تصنيف الاتجاهات إلى ثلاث مجموعات بحسب اتجاهاتهم نحو الإعلانات التلفزيونية في الفضائيات العربية وهي:

1- المؤيدون وتتميز هذه الفئة بحماسها للإسهامات الإيجابية التي يقدمها الإعلان التلفزيوني في الفضائيات العربية، وقد اتفقت على أن الإعلان يقدم معلومات مفيدة، كما أنه يعكس الصورة الذهنية والاجتماعية المحبذة للمبحوثين، وهو شيء ممتع ومسل.

2- المعارضين ولدى هذه المجموعة أكثر الاتجاهات السلبية نحو الإعلانات التلفزيونية في الفضائيات العربية وأكثر المجموعات الثلاث انتقاداً للإعلان، وتحديداً وبحسب نموذج الدراسة ذي السبعة عوامل فإن هذه المجموعة تعد الأقل اقتناعاً بفكرة أن الإعلان يقدم معلومات مفيدة، كما أن هذه الفئة الأقل اقتناعاً بفائدة الإعلانات للاقتصاد المحلي، وقدرة الإعلانات على الترفيه والإمتاع، وفي المقابل فإن هذه المجموعة الأكثر اقتناعاً بأن الإعلانات مضللة وخادعة وأنها تفسد القيم وتنمي المادية.

3- المترددون وهي مجموعة متأرجحة بين المؤيدين للإعلانات التلفزيونية في الفضائيات العربية وبين المعارضين لها، ويظهر لدى أفراد هذه المجموعة التناقض في اتجاهاتهم نحو الإعلانات.

وأخيراً قدمت الدراسة عدة توصيات من شأنها أن تساهم في فهم وإدراك الظاهرة وأن تكون عوامل استبصار لدى صناع القرار والممارسين والأكاديميين المهتمين بالإعلان التلفزيوني.

- دراسة، قبلان، عبده قبلان، (2008)، بعنوان: **اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني.**

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني في الفترة ما بين 10-11-2007 ولغاية 31-3-2008 أي للدورة البرامجية الأخيرة من عام 2007 والدورة البرامجية الأولى لعام 2008، وفي إطار نظريتي الاستخدامات والإشباعات ونظرية الاعتماد على وسائل الاتصال، ولتحقيق ذلك تم استخدام منهج مسح جمهور وسائل الاتصال لعينة عمدية قصدية من المجتمع الأردني بلغت (600) مفرده، أعمارهم فوق (15) سنة تم اختيارهم من جميع محافظات المملكة الاثنتي عشرة، ومقسمة على الأقاليم الثلاثة، نسبة وتناسب مع عدد السكان في الأقاليم.

وقد خلصت الدراسة إلى ما يلي: إن نسبة (2 و91%) من أفراد العينة تشاهد التلفزيون الأردني, بينما لا تتعرض له نسبة (8 و 8 %) . وإن نسبة(30.9%) من أفراد العينة تشاهد التلفزيون الأردني أقل من ساعة يومياً. وبينت الدراسة أن أكثر الأنماط البرامجية مشاهدةً من قبل أفراد العينة هي الأخبار والبرامج الإخبارية، إذ بلغت النسبة(2 .52 %) ، وجاءت المسلسلات بالمرتبة الثانية وبنسبة (45.6 %). وحصل برنامج " يسعد صباحك " على أعلى درجة رضا من أفراد العينة وبنسبة (5 .47 %), وفي المرتبة الثانية " نشرة أخبار الساعة الثامنة مساءً " وبنسبة(46.9 %). ولكن جاءت درجة رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون الأردني بالمجمل منخفضة، وبلغ المتوسط الحسابي (1.49) من (3). وزادت الاتجاهات السلبية للمشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني عن الاتجاهات الإيجابية, وقد بلغ المتوسط الحسابي للاتجاهات السلبية (2.23)من (3) بينما كان المتوسط الحسابي للاتجاهات الإيجابية (1.84) من (3). كما زادت الاتجاهات السلبية تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني عن الاتجاهات الإيجابية, وقد بلغ

المتوسط الحسابي للاتجاهات السلبية (2.68) من (3), بينما كان المتوسط الحسابي للاتجاهات الإيجابية (58. 1) من (3).

وقدمت الدراسة عددا من التوصيات من أهمها:

1- إعادة النظر ببرامج الشباب التي يقدمها التلفزيون الأردني, وإيلاء الشباب الاهتمام الأكبر لدورهم المهم في المجتمع، فقد أظهرت نتائج الدراسة أن عدد الأفراد ممن لم يشاهدوا التلفزيون الأردني بلغوا (56) شخص منهم (48) شخصاً من الفئات العمرية ما بين(15 – 29).

2- وضع إستراتيجية برامجية للتلفزيون الأردني واضحة الأهداف وضمن رؤية محددة, وتلبي رغبات واحتياجات المشاهدين, لأن نسبة (74 %) من أفراد العينة أجابوا بأنه للقنوات الفضائية تأثيراً كبيراً على حجم المشاهدة للتلفزيون الأردني.

3- استحداث قسم للبحوث والدراسات ضمن الهيكل التنظيمي للتلفزيون الأردني بهدف التعرف على رغبات وحاجات المشاهدين, لأن نسبة (58.4%) من أفراد العينة أجابوا بأن التلفزيون الأردني لا يجري بحوث المشاهدين للتعرف على رغباتهم واهتماماتهم.

– دراسة، محمد، نديم ربحي، (2008) بعنوان: **اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، وإلى معرفة العادات الاتصالية وأنماط المشاهدة، إضافة إلى حجم تعرضهم لهذه المحطات. تكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة الملتحقين بالجامعات الأردنية الحكومية والخاصة. أما عينة الدراسة فقد شملت (5) جامعات تمثل جميع أقاليم الأردن، وتم انتقاؤها

بالطريقة العشوائية البسيطة، وهي اليرموك، الهاشمية، الحسين بن طلال، البتراء، وجرش, وبلغ عدد الاستبانات الموزعة (650)، والمستردة (572) بنسبة استجابة (88%).

وتلخصت أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة فيما يلي:

1- جاءت محطة (MBC1) الأكثر مشاهدة من قبل الطلبة من بين جميع المحطات الفضائية العربية، تليها (MBC2)، و(روتانا)، و(الجزيرة)، وجاءت (الفضائية الأردنية) بالمرتبة التاسعة تفضيلاً للمشاهدة من قبل الطلبة لمجمل المحطات الفضائية العربية.

2- جاءت المحطات الفضائية العربية التالية الأدنى مشاهدة من قبل الطلبة: (الفضائية المصرية)، (العقارية) و(الاقتصادية).

3- اتفق معظم الطلبة على أن الكليبات الغنائية التي تبث عبر المحطات الغنائية العربية فاضحة وخادشة للحياء العام ولا تراعي الآداب.

4- جاء نوع المحطات الدراما (المسلسلات والأفلام) الأكثر تفضيلا من قبل الطلبة, وجاء نوع البرامج الدرامية (المسلسلات والأفلام) الأكثر تفضيلا من قبل الطلبة.

5- يشاهد معظم الطلبة التلفزيون من (1-2) ساعة يوميا في أيام الدوام والدراسة، بينما ترتفع إلى (4) ساعات فأكثر في أيام العطل ونهاية الأسبوع.

6- فترة السهرة من (8-11 مساء) هي الأكثر مشاهدة لدى الطلبة, والهدف الأبرز من المشاهدة هو الترفيه والتسلية، ثم قتل الفراغ والملل.

7- يجد معظم الطلبة المحطات الدينية تزيد من صلتهم من الله، وتشدهم محاضراتها وبرامجها للمتابعة.

وخلصت الدراسة لمجموعة من التوصيات ومن أهمها:

1- زيادة حصة الشباب في برامج التلفزيون.

2- الاهتمام بالإنتاج الدرامي العربي.

3- فتح باب المشاركة للشباب في إعداد وإنتاج وتقديم البرامج الموجهة لهم.

4- الابتعاد عما يخدش الحياء العام والآداب في الكليبات الغنائية التي تبثها المحطات الغنائية.

5- تركيز بث برامج الشباب في فترة السهرة، وفي أيام العطل ونهاية الأسبوع.

6- تقديم برامج موجهة للشباب تنهض بهم ثقافيا ومعرفيا، وتزودهم بالعلم والتسلية الهادفة.

- دراسة بلغيث, سلطان, (2008), **واقع إسهام الفضائيات العربية في نشر الثقافة العربية الإسلامية: دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من الشباب الجامعي.**

هدفت الدراسة إلى التعرف دور الفضائيات العربية في تقديم البديل الإعلامي للأجيال الصاعدة، من خلال استكشاف دورها في نشر الثقافة العربية الإسلامية من وجهة نظر الشباب الجامعي, وما مدى اعتماد الشباب الجامعي على الثقافة التلفزيونية التي تتيحها الفضائيات العربية مصدراً للمعرفة والثقافة الإسلامية.

بينت نتائج الدراسة أن البث المباشر ساهم في خلق واقع إعلامي جديد على الصعيد الكوني، إذ أخرج المشاهدين من الانكفاء حول البرامج المحلية، وفتح لهم بدائل واسعة لتجسيد أذواقهم وميولاتهم, وقد شكلت الفضائيات العربية جزءا من هذا الواقع بما تضمنته من محتويات إعلامية وثقافية متنوعة, كما بينت أن الإنترنت والتلفزيون في مقدمة المصادر الإعلامية التي يثق المبحوثون في معلوماتها. مما يرشحها كي تكون أكثر تأثيرا في صناعة المعرفة الاجتماعية، وتوجيه السلوك العام، من خلال زخم المعلومات والمعارف الذي تقدمه. بالإضافة

لذلك بينت نتائج الدراسة أن نسبة 70% من المبحوثين الذين شملتهم الدراسة يُفضلون القنوات العربية، فيما يحرص 21 % على متابعة القنوات الوطنية (الرسمية)، ويشاهد 9% القنوات الأجنبية. وهو ما يجعل من الفضائيات العربية جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للمشاهد العربي.

- دراسة، علي، علي أرشيد، (2008)، بعنوان: **تأثير الإعلان على قنوات أم بي سي الفضائية, على السلوك الاستهلاكي للمشاهدين في الأردن: دراسة مسحية**

تمثلت مشكلة هذه الدراسة في التعرف على التأثير الذي يتركه الإعلان التلفزيوني على سلوكيات المشاهدين, ومنها السلوك الاستهلاكي الذي يمتاز بالولاء للسلع أو الخدمات المعلن عنها, وبالتالي يخلق الطلب ويزداد الإقبال على السلع وخاصة الكمالية منها بشكل غير متوازن, وهذا قد يربك ميزانية الأسر والأفراد, ويقلل معدلات الادخار ويتسبب بمشكلات اجتماعية واقتصادية على المستوى الوطني, وعليه فقد تمت دراسة تأثيرات الإعلان الذي يبث على قنوات MBCالفضائية المختلفة, وتأثير هذه الإعلانات على الجمهور الأردني كمشاهد لهذه القنوات, على وجه الخصوص. اتبع الباحث في دراسته منهج المسح بالعينة لعدد (500) مفردة, توزعت على (12) محافظة في الأردن, مستخدما الاستبيان أداة بحثية, وأجريت الدراسة الميدانية خلال الفترة من 2007/12/15 إلى2008/2/15 ولتحليل بيانات الدراسة استخدم الباحث المتوسطات الحسابية, والانحرافات المعيارية, واختبار كا2,(Chi-square) والنسب المئوية

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها:

1- يشاهد الأفراد عينة الدراسة القنوات الفضائية العربية, بمعدلات متفاوتة, واحتلت قنوات MBC الفضائية, المرتبة الأولى من حيث التعرض ومدى المتابعة.

2- أقوى تأثير للإعلان على قرار شراء السلع والخدمات, باعتباره سلوكاً استهلاكياً, لأن الإعلانات تبين جودة المنتجات وكفاءتها.

3- تبين أن الإعلانات في قنوات MBC الفضائية خصوصاً, أقوى دافع لاقتنائهم سلعة أو خدمة معينة.

4- تبين أن أهم ما يلفت انتباه أفراد العينة في هذه الإعلانات, هو السعر, إضافة إلى أن غالبية العينة كانوا ممن يقتنون السلع المعلن عنها أكثر من تلك غير المعلن عنها.

2-9 الدراسات باللغة الانجليزية

- دراسة Albert, & Bitta, (1999)، بعنوان:

L. Loudon consumer behavior

هدفت إلى التعرف على مدى تأثير كل من (الأسرة، الثقافة، المستوى الاجتماعي، العمر، الاتجاهات) على سلوك المستهلك الشرائي، وناقش الباحثان دراسات تتعلق بمدى تأثير الإعلان التجاري على المرأة والطفل، واعتمدت الدراسة على المنهج الميداني باستخدام عينة حكميه.

وتوصلت الدراسة إلى أن الأطفال في سن السابعة يتذكرون الإعلانات التجارية ويتعلمون مهارات منها عندما يتعلق مضمونها بالمأكولات والألعاب بشكل خاص، كما أن الإعلان يترك انطباعاً لدى المرأة ويؤثر فيها أكثر من الرجل، وان الإعلان التجاري يبالغ في إبراز المنافع التي ستعود على المرأة مما يجعلها تتعلق بشراء أو اقتناء السلع المعلن عنها حتى لو لم تكن بحاجة إليها.

- دراسة هام (Hamm, 2001)بعنوان:

Middle school students science texts box, Television and No clear war Issues

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور التليفزيون في تعريف الطلبة بأهم القضايا العلمية التي تهمهم, وقد أجريت الدراسة على عينة مكونة من 100 طالب من مراحل التعليم المختلفة بولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة.

وقد بينت نتائج هذه الدراسة أن التليفزيون هو أكثر مصادر المعلومات للطلبة المبحوثين في هذه المراحل بالنسبة لموضوعات معينة مثل الخطر النووي، مرض الإيدز، المجاعة في العالم، وتلوث المياه والبيئة، إذ إن الكتب المدرسية لا تخصص سوى 2% من حجمها لمعالجة مثل هذه المواضيع.

– دراسة تشارلز (Charles, 2003) بعنوان:

The Quality of television program content and its relationship to achievement and behavior in late- latency age student

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على نوعية البرامج التليفزيونية وعلاقاتها بإنجاز وتصرف الطلبة بطيئي التعلم واستخدمت الدراسة عينة من الطلبة بانجلترا، وتم تحليل محتوى 279 برنامجاً تليفزيونياً بواسطة 9 محكمين متخصصين، وباستخدام مقياس للإنجاز والتصرف للطلبة.

وقد بينت نتائج هذه الدراسة أن برامج التليفزيون تقدم راحة غير واقعية للمشاهدين، وإن كان الإنجاز الدراسي للطلبة يتحسن لدى بطيئي التعلم.

– دراسة شارون (Sharon, 2003) بعنوان:

Mass Media and Adolescence in the late 1980's

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع تأثير وسائل الإعلام في الثمانينيات على الشباب, إذ اتضح أن الشباب يتعاملون مع وسائل الإعلام بجميع أنواعها بدرجة كبيرة، كما أن اتصالهم بمسئوليها يتم بسهولة ويسر، وبينت نتائج الدراسة أيضا أن وسائل الإعلام تعد مصدرا أساسيا ومهماً للمعلومات في الأمور الاجتماعية المتعددة، وقد أبدت الفتيات عدم رضائهن عن الصورة التي تنقلها وسائل الإعلام عن المرأة بشكل عام.

- دراسة جومز (Gomez, 2008) بعنوان:

commercial, Television and students education in Mexico

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر برامج التليفزيون التجاري على تحصيل وتعليم الطلبة في المكسيك، واشتملت العينة على 174 طالبا من مختلف المراحل الدراسية والطبقات الاجتماعية واستخدم الباحث لذلك الاستبانات والمقابلات.

أكدت نتائج هذه الدراسة على أن الطلبة من الطبقات الدنيا (الفقراء) هم أكثر الطلبة لمشاهدة برامج التلفاز وأن عائلاتهم ومدرسيهم يعدونه أقل فاعلية ويؤثر سلبا على تحصيل الطلبة الدراسي.

2-10 خلاصة العرض السابق للدراسات السابقة

يتضح من خلال ما تم استعراضه من دراسات عربية وأجنبية سابقة مرتبطة بموضوع الدراسة, أن معظم هذه الدراسات تناولت تأثير وسائل الإعلام والبرامج الإخبارية التي تعرض في التلفزيونات والفضائيات العربية بشكل عام, والقليل منها ما اهتم باتجاهات الطلبة نحو الدراما التلفزيونية التي تعرض في قناة عربية بحد ذاتها, مثل قناة MBC 1, وبالتالي فإنه يمكن رصد واستخلاص مجموعة من المبادئ النظرية والمنهجية والتي تتعلق بطريقة التناول والتكيف المنهجي، والنتائج التي توصلت إليها على النحو التالي:

1- اهتمت الدراسات السابقة بموضوع دور وتأثير وسائل الإعلام والبرامج الإخبارية التي تعرض في التلفزيونات والفضائيات العربية بشكل عام, وبعضها اهتم بمعرفة الاتجاهات العامة نحو الإعلانات التلفزيونية في الفضائيات العربية.

2- يتضح من الدراسات السابقة أن تحليل المضمون ما زال الأداة المهيمنة في معظم الدراسات الإعلامية, رغم اختلاف الدراسات وتنوع وأهدافها ومناهجها, كما يتضح أن الدراسات الميدانية قليلة جدا، خصوصاً وأن هكذا موضوع يتطلب البحث الميداني المستمر والمتابعة الجادة، والاتصالات والعلاقات مع أصحاب الشأن.

3- انصب اهتمام معظم الدراسات الإعلامية التي تناولت موضوع الاتجاهات نحو البرامج التي تقدمها وسائل الإعلام وتعرضها الفضائيات على الاهتمام بتحليل المضامين المقدمة فيها, مقابل تجاهل الاهتمام بالجانب الميداني في كثير من الدراسات.

4- يلاحظ أيضا أن كل هذه الدراسات تمت على عينات من الشباب والطلبة الجامعيين بجامعات غير المشمولة بالدراسة الحالية وبدول مختلفة, ولم تكن هناك دراسة واحدة اهتمت بالطلبة الجامعيين في جامعة رسمية (الجامعة الأردنية) وأخرى خاصة (جامعة

البتراء) في الأردن, كما يلاحظ أن هنالك تبايناً بين بعض الدراسات بسبب الاختلاف في اختيار العينات واختلاف الزمن للدراسات.

5- أظهرت نتائج هذه الدراسات مدى شغف الأطفال والكبار والشباب بمشاهدة برامج التلفزيون بصفة عامة، وأنها لم تصل لنفس درجة أهمية موضوع اتجاهات الطلبة نحو الدراما التلفزيونية التي تعرض في قناة عربية بحد ذاتها مثل قناة MBC 1.

6- وعلى الرغم من اهتمام العديد من الدراسات بكثير من المتغيرات المجتمعية مثل إدراك الواقع الاجتماعي أو العادات الاتصالية أو المشكلات الاجتماعية أو أنماط المشاهدة وغيرها, إلا أنه لم تكن هناك دراسة واحدة اهتمت ببحث اتجاهات الطلبة نحو الدراما التلفزيونية بصفة عامة، والتي تعرض في قناة MBC 1 بصفة خاصة.

7- يتضح من كل ما سبق أهمية الدراسة الحالية في محاولة الكشف عن اتجاهات الطلبة نحو الدراما التلفزيونية, والتي تعرض في قناة MBC 1، وذلك من خلال التحقق من فرضيات الدراسة.

8- رصدت بعض الدراسات ضعف المتابعة الجدية للمشاهدين للبرامج في القنوات الفضائية العربية، ولكنها لم تدرس أسباب ذلك, ومعظم الدراسات أشارت إلى تفضيل الجمهور لبرامج الترفيه والتسلية والدراما.

9- أشارت الدراسات السابقة إلى الإقبال المتزايد من قبل الجمهور على متابعة مختلف أنواع البرامج في القنوات الفضائية العربية, بغض النظر عن السن ومكان الإقامة والمستوى التعليمي، إذ تساعد خصائص التلفزيون الفضائي على أن يكون أكثر وسائل الاتصال التي يتعرض لها المشاهدون، إذ يجمع بين الصوت والصورة الملونة المجسمة المتحركة، وأصبح يشغل حيزاً كبيراً من وقت المشاهدين.

10– أشارت الدراسات الميدانية التي أجريت حول علاقة الجمهور بالقنوات الفضائية إلى الإقبال المتزايد, كونه أي التلفزيون نشاطاً أسرياً مهماً لا غنى عنه, لكنها أشارت إلى قلة ما يقدم من البرامج الجادة وذات المضامين الجديدة.

2–11 حدود الاستفادة من الدراسات السابقة

اطلع الباحث على ما تيسر له من الدراسات والبحوث القريبة من موضوع الدراسة الحالية، وخاصة تلك المهتمة بدراسة الاتجاهات في القنوات الفضائية العربية، ولاحظ عدم وجود دراسات تقترب من دراسة شاملة لاتجاهات الطلبة الجامعيين الأردنيين نحو الدراما التلفزيونية والتي تعرض في قناة MBC 1، ومع ذلك فإن الباحث استفاد من خلال الاطلاع على هذه الدراسات في جوانب أضافت أبعاداً مهمة في إجراء هذه الدراسة, وفي وضع تصور عام للدراسة والتحديد الدقيق لمشكلتها وأهدافها, حيث تطرقت مباشرة إلى دراسة اتجاهات الطلبة الجامعيين وخاصة الجانب المتعلق بالدراما التلفزيونية والتي تعرض في قناة MBC 1، على أساس أن كثير من الدراسات لم تتعرض إليها, ورصد أهم الجوانب المنهجية، كما ساهمت على المستوى الإجرائي في تحديد نوع عينة الطلبة الجامعيين المبحوثين, وصياغة التساؤلات التي تعرضت لها الدراسة, فضلا عن تصميم استبانة الدراسة الميدانية وتحويل المحاور إلى متغيرات قابلة للدراسة.

تعد الدراسة الحالية من الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى التعرف على اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية، وبالتالي إتاحة المجال للتعرف على هذه الاتجاهات، وخاصة فيما يتعلق بالجانب النظري، أو الميداني من خلال جمع البيانات المتعلقة بآراء المبحوثين حول الاتجاهات نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة

1 MBC لدى فئة من الطلبة الجامعيين، وكذلك تحليل هذه البيانات وتفسيرها والتعليق عليها والمقارنة بينها لاستخلاص دلالاتها والتوصل إلى النتائج التي تدعمها.

واستخدم الباحث بعض المناهج الدراسية كالمنهج الإحصائي للتوصل إلى العلاقات ذات الدلالة الإحصائية التي تربط بين متغيرات الدراسة، كما تم استخدام عدة أدوات للبحث العلمي التي لم تستخدم معظمها في الدراسات السابقة مثل الدراسة الميدانية, لذلك يمكن القول إن الدراسة الحالية قد تضيف جديداً للدراسات السابقة.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

3-1 منهج الدراسة

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

3-1 منهج الدراسة

يعرف المنهج بأنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة من أجل الكشف عن الحقيقة، فإجراءات البحث تتضمن مجمل النشاطات، التي يقوم بها الباحث من جمع المعلومات والبيانات وتحليليها وتفسيرها، واختيار العينات والاستبيانات وإجراء التجارب والملاحظات الميدانية، وكل ما يحتاجه البحث من إجراءات عملية ونظرية وصولا إلى النتائج، التي تكشف عن حقيقة موضوع البحث وفق منهج البحث العلمي الأكاديمي (الوصفي التحليلي)، لغاية الوصول إلى النتائج النهائية وكتابة التقرير (عمر، 2008، ص170).

وبالنظر إلى طبيعة هذه الدراسة والأهداف التي تتوخى تحقيقها والمتمثلة في معرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC 1، فإن المنهج الأكثر ملاءمة في دراسة هذا النوع من الظواهر هو المنهج الوصفي، إذا ما تعلق الأمر بالجانب النظري، أو الميداني من خلال جمع البيانات المتعلقة بآراء المبحوثين حول الاتجاهات نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC 1 لدى فئة الطلبة الجامعيين، وكذلك فإن تحليل هذه البيانات وتفسيرها والتعليق عليها والمقارنة بينها لاستخلاص دلالاتها والتوصل إلى النتائج التي تدعمها، إنما يدل على أن المنهج الوصفي يتجاوز مجرد تجميع الحقائق والبيانات والتقارير إلى التحليل العلمي لاستخلاص الدلالات ومحاولة ربط بعض المتغيرات بعضها ببعضها الآخر، ومناقشة النتائج مناقشة علمية وتفسيرها في عبارات واضحة، فهذا المنهج يتعدى الوصف والتقرير إلى التحليل والتفسير والربط بين المدلولات بغرض معاينة الظاهرة المدروسة، والوصول إلى تصور مقترحات وتوصيات للتعاطي العلمي معها، لذلك فان الباحث سيعتمد على المنهج الوصفي التحليلي القائم على تشخيص الحالة كما هي في الواقع،

وذلك بهدف اختبار الفرضيات وبيان نتائج وتوصيات الدراسة والنابعة من دراسة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC 1.

2-3 مجتمع الدراسة

يتكون من الطلبة في الجامعة الأردنية وجامعةالبترا المسجلين فعلا في سجلات هذه الجامعات، ومُستمرين في دراستهم الجامعية، والبالغ عددهم في الجامعة الأردنية (40) ألف طالب، وخمسة آلاف طالب في جامعة البترا، إذ قام الباحث باستبعاد الطلبة المنقطعين أو الحاصلين على عُطلة أكاديمية، أو المفصولين أو المؤجلين، وبعدها تم اختيار عينة عشوائية بسيطة ممن تنطبق عليهم الشروط المذكورة.

3-3 عينة الدراسة

تم اختيار عينة عشوائية من الطلبة الجامعيين في الجامعتين الأردنية والبتراء، وحسب ما تمثله نسبة الطلبة في كل من الجامعتين إلى المجموع الكلي، ثم قام الباحث باستخراج العينة حسب الصيغ الإحصائية المعتمدة في تحديد حجم العينة وذلك حسب القانون التالي:

$$N = \frac{N}{(N-1)\,E\,2 + 1}$$

إذ إن:

N تعبر عن المجتمع الكلي للدراسة.

E تعبر عن الخطأ المسموح به وهو (5 / 100).

$$N = \frac{45000}{(45000-1)\,.05 + 1} = 445$$

وبذلك حصل الباحث على عينة من مجتمع الدراسة للجامعتين مكونة من (445) مفردة، ولكـي يضـمن الباحـث الحصـول علـى هـذا العـدد قـام بتوزيـع 600 اسـتبانة علـى الطلبـة فـي الجامعيتين، والجدول رقم (3–) يبين مجتمع الدراسة وما تمثله كل جامعة من نسبة مئوية لكامل المجتمع.

الجدول رقم (3 – 1)

توزيع مجتمع الدراسة وحجم العينة

اسم الجامعة	عدد الطلبة	النسبة المئوية لكامل المجتمع %	عينة الدراسة
الجامعة الأردنية	40000	0.89	396
جامعة البتراء	5000	0.11	49
المجموع الكلي للطلبة	**45000**	**%100**	**445**

3–4 أداة الدراسة

قـام الباحـث بتصـميم اسـتبانة خاصـة بالدراسـة الحاليـة، وذلـك لقيـاس اتجاهـات الطلبـة الجـامعيين نحـو مشـاهدة الـدراما التلفزيونيـة التـي تعرضـها قنـاة MBC1، إذ قـام الباحـث بتطـوير

هذه الأداة لتغطي الفرضيات التي استندت عليها، وباستخدام عبارات تقييميه لتحديد إجابات عينة الدراسة وعلى مقياس ليكرت الخماسي ذي المستويات الخمسة، (موافق جدا 5 علامات, موافق 4 علامات, محايد 3 علامات, غير موافق علامتان, غير موافق جدا علامة واحدة), بعد قراءة موسعة للدراسات التي تناولت قياس الاتجاهات، والاطلاع على بعض المراجع المتخصصة في هذا المجال، ومن ثم عرضها على أساتذة وخبراء مختصين بالإعلام للحكم على مدى صدقها الظاهري والمنطقي وعلى مدى صلاحيتها أداة لجمع البيانات، ليتم بعد ذلك إجراء التعديلات المقترحة قبل توزيعها على عينة الدراسة.

3-5 صدق الأداة

وهو اختبار قدرة الباحث على قياس ما هو مطلوب قياسه، بحيث يضمن عدم تسرب التحيز أو الخطأ، في أي مرحلة من المراحل التي قد تؤثر على صلاحية الأدوات المنهجية المستخدمة للدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيها، ولتحقيق ذلك اعتمد الباحث على الأسئلة المرتبطة ببعضها، وذلك للتأكد من مدى اتساق إجابتها حتى تعكس أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وللتأكد من مدى صلاحية الاستمارة أداة لجمع البيانات تم اختبارها كالتالي:

1- تم عرضها على عدد من الأساتذة المتخصصين في مجال الإعلام وتم الأخذ بمقترحاتهم وتوصياتهم القيمة وإجراء التعديلات اللازمة عليها لتصبح الاستمارة صالحة للاستخدام بصورة نهائية.

2- تم عرض الاستبانة على بعض الخبراء الممارسين في مجالات الإعلام ومناهج البحث، الملحق رقم (2) يبين أسماء محكمي الاستبانة ومكان عملهم.

3-6 ثبات الأداة: تم اختبار مدى الاعتمادية على أداة جمع البيانات باستخدام معامل كرونباخ ألفا، وقد بلغت درجة اعتمادية هذه الاستبانة حسب معيار كرونباخ ألفا (93.01 %) وهي نسبة ممتازة لاعتماد نتائج هذه الدراسة، كونها أعلى من النسبة المقبولة لتعميم نتائج مثل هذه الدراسات هي 60% والجدول رقم (3-2) يوضح معاملات الثبات لمتغيرات الدراسة.

الجدول (3-2)

قيمة معاملات الثبات لمتغيرات الدراسة

تسلسل الفقرات	المتغير	كرونباخ ألفا
1-6	طريقة عرض الدراما التلفزيونية	% 81.23
7-13	طبيعة المادة المعروضة في الدراما التلفزيونية	% 77.62
14-20	الموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما	% 88.57
21-28	العوامل المحددة لتشكيل الاتجاهات	% 88.67
29-36	اتجاهات الطلبة الجامعيين	% 76.91
1-36	المعدل العام للثبات	% 93.01

اعتمد الباحث على مقياس ليكرت الخماسي لتحديد درجة الأهمية النسبية لكل فقرة من فقرات الاستبانة، والجدول رقم (3-) يوضح ذلك.

الجدول رقم (3-3)

اختبار مقياس الاستبانة

1	2	3	4	5	**الدرجة**
معدومة	ضعيفة	متوسطة	عالية	عالية جدا	**مستوى الملاءمة**

كما اعتمد الباحث مقياسا ترتيبيا للأرقام الواردة في المقياس وذلك لإعطاء الوسط الحسابي مدلولات باستخدام المقياس الترتيبي للأهمية، وذلك للاستفادة منها عند تحليل النتائج والجدول رقم (3-) يوضح ذلك.

الجدول رقم (3-4)

مقياس لتحديد الأهمية النسبية للوسط الحسابي

الوسط الحسابي	**الأهمية النسبية**	**مستوى الملاءمة**
أقل من 2	غير موافق بشدة	معدومة
2-أقل من 3	غير موافق	ضعيفة
3- أقل من 3.75	محايد	متوسطة
3.75 أقل من 4.5	موافق	عالية
4.5- أقل من 5	موافق بشدة	عالية جدا

3-7 متغيرات الدراسة

شملت الدراسة الحالية الطلبة الجامعيين في الجامعات الأردنية العامة والخاصة، إذ سيتم فحص العلاقات التي تربط المتغيرات المستقلة المتمثلة بـ (طريقة العرض، طبيعة المادة المعروضة، الموضوعات والقضايا، عوامل تشكيل الاتجاهات) والمتغير التابع المتمثل بـ (اتجاهات الطلبة

الجامعيين نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC1)، إذ تعتمد هذه الدراسة في اختبارها للفرضيات الأساسية على استخدام نموذج الانحدار البسيط وذلك لصلاحية استخدامه في مثل هذه الدراسات.

3-8 المعالجة الإحصائية

بعد أن أنهى الباحث عملية جمع البيانات والمعلومات اللازمة حول متغيرات هذه الدراسة تم ترميزها وإدخالها إلى الحاسب الآلي لاستخراج النتائج الإحصائية، إذ تمت الاستعانة بالأساليب الإحصائية ضمن البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) وتمت معالجة البيانات التي تم الحصول عليها من خلال الدراسة الميدانية للعينة المبحوثة، وبالتحديد فإن الباحث استخدم الأساليب الإحصائية التالية:

1. **مقاييس النزعة المركزية:** مثل الوسط الحسابي والتكرارات والنسب المئوية، وذلك لوصف آراء عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة ولتحديد أهمية العبارات الواردة في الاستبانة، وكذلك الانحراف المعياري لبيان مدى تشتت الإجابات عن وسطها الحسابي.
2. **تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression)** وذلك من أجل اختبار تأثير كل متغير مستقل في المتغير التابع.
3. **اختبار تحليل التباين الأحادي (Anova):** وذلك لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة بين مجموعة من المتغيرات المستقلة والمتغير التابع التي تعزى للخصائص الديموغرافية للعينة المبحوثة.
4. **اختبار ألفا كرونباخ:** وذلك لاختبار مدى الاعتمادية على أداة جمع البيانات المستخدمة في قياس المتغيرات التي اشتملت عليها الدراسة.

3-9 إجراءات الدراسة

أولا: نوع الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى التعرف على اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC1، وبالتالي إتاحة المجال للتعرف على هذه الاتجاهات، ويرى (سمير، 1995، ص132) أن تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين أو دراسة حقائق أو ظاهرة ما، أو مجموعة من الناس أو الأحداث للحصول على بيانات كافية عنها، بالإضافة إلى تصنيف هذه البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج منها، بحيث تتيح لنا إصدار تعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة، والظاهرة هنا هي ظاهرة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة ام بي سي العربية.

ثانيا: أساليب جمع البيانات والمعلومات

لتحقيق أهداف الدراسة واختبار الفرضيات التي بنيت عليها فإن الباحث تعامل مع نوعين من البيانات هما البيانات الثانوية والبيانات الأولية:

البيانات الأولية: وهي تلك البيانات التي تم جمعها من خلال الدراسة الميدانية وباستخدام الاستبانة التي تم تصميمها لغرض الدراسة الحالية، بحيث غطت كافة الجوانب النظرية والفرضيات المعتمدة في الدراسة، إذ تم توزيع الاستبانات على عينة الدراسة من خلال الباحث شخصيا.

البيانات الثانوية: وهي البيانات التي استخدمت لتكوين الإطار النظري للدراسة، إذ تم الرجوع إلى المصادر المكتبية المختلفة للاطلاع عليها ومراجعة الأدبيات السابقة، وتحديدا تم الاستعانة بالمصادر التالية:

1- المراجع والمصادر المتعلقة بالاتجاهات والكتب العلمية والمنهجية المختصة في الإعلام.

2- الدوريات العالمية المتخصصة والنشرات التي كتبت حول الاتجاهات نحو مشاهدة البرامج التلفزيونية, بالإضافة إلى الإحصاءات الرسمية الصادرة عن الجهات المختصة.

4- الرسائل العلمية (ماجستير ودكتوراه) التي تبحث في الاتجاهات وبرامج التلفزيون.

5- التقارير الصادرة عن الهيئات المختصة ومراكز الأبحاث الدولية.

6- الإنترنت والمواقع الالكترونية.

الفصل الرابع

عرض وتحليل البيانات واختبار الفرضيات

4-1 نتائج الإحصاء الوصفي والتحليلي لمتغيرات الدراسة

4-2 خصائص عينة الدراسة للطلبة الجامعيين

4-3 نتائج الإحصاء الوصفي والتحليلي لمتغيرات الدراسة

4-4 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمتغير التابع: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1

4-5 نتائج تحليل التباين الأحادي (One way Anova) للفروق في إجابات عينة الدراسة

"

الفصل الرابع

عرض وتحليل البيانات واختبار الفرضيات

تم تحليل المعلومات والبيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وتاليا عرض ما أسفرت عنه نتائج التحليل:

4-1 نتائج الإحصاء الوصفي والتحليلي لمتغيرات الدراسة

تم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها بواسطة أداة الدراسة باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، وتحديدا تم استخدام الأساليب التالية:

1- تمت دراسة الإحصاء الوصفي Descriptive Statistics، لمتغيرات الدراسة، وذلك بإيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتوزيع التكراري والنسب المئوية، بهدف التعرف على تقييمات أفراد العينة من طلبة الجامعات الأردنية، وأهمية كل عبارة من العبارات الواردة باستبانات الدراسة بالنسبة لهم، وذلك بهدف تدعيم صحة الفرضيات الأساسية أو عدم صحتها.

2- وقد تم في هذه الدراسة الاعتماد على اختبار الانحدار البسيط Simple Regression لاختبار الفرضيات، وذلك بحساب قيمة (T) التي تقيس إمكانية وجود تأثير بين كل متغير مستقل وحده على المتغير التابع، إذ تشير قاعدة القرار لهذا الاختبار إلى رفض الفرضية العدمية Ho وقبول الفرضية البديلة Ha إذا كانت قيم (T) المحسوبة أكبر من قيمتهما الجدولية، وذلك عند مستوى معنوية (.Sig) 5%، ومستوى ثقة 95 % (Malhotra, 2003, p.503).

3- تم احتساب معامل التحديد المتعدد (R^2) Coefficient Of Multiple Determination الذي يمثل نسبة التباين في متغير الدراسة التابع، والذي يمكن تفسيره من قبل المتغيرات المستقلة، ويقيس قوة العلاقة في نموذج الانحدار البسيط. (Malhotra, 2003, p.513).

4- تم اختبار تحليل التباين الأحادي: (Anova) لاختبار الفرضية الرئيسة الثانية حول الفروق ذات الدلالة الإحصائية التي تعزى للعوامل الديموغرافية لطلبة الجامعات الأردنية.

4-2 خصائص عينة الدراسة للطلبة الجامعيين

الجداول التالية تبين النتائج التي تم التوصل إليها:

الجدول (4- 1)

توزيع عينة الدراسة للطلبة الجامعيين حسب الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية %
ذكر	181	40.7
أنثى	264	59.3
المجموع	**445**	**%100**

يتبين من خلال الجدول السابق رقم (4- 1) أن نسبة الذكور بلغت 40.7 % إذ بلغ عددهم 181 مستجيبا من إجمالي عينة الدراسة، في حين بلغت نسبة الإناث 59.3 % إذ بلغ عددهن 264 مستجيبة من إجمالي عينة الدراسة المبحوثة.

الجدول (4- 2)

توزيع عينة الدراسة للطلبة الجامعيين حسب العمر

العمر	**التكرارات**	**النسبة المئوية %**
20 سنة فأقل	205	46.1
21 سنة- 24 سنة	217	48.8
25 سنة- 28 سنة	17	3.8
29 سنة- 32 سنة	6	1.3
33 سنة فأكثر	-	-
المجموع	**445**	**%100**

يتبين من خلال الجدول السابق رقم (4- 2) أن أعمار النسبة الأعلى من المستجيبين في عينة الدراسة من الذين تقع أعمارهم بين 21 سنة و 24 وبلغ عددهم 217 مستجيبا، وشكلوا ما نسبته 48.8% من إجمالي عينة الدراسة، ثم الذين تقل أعمارهم عن 20 سنة وشكلوا ما نسبته 46.1 % من إجمالي عينة الدراسة، ثم الذين تقع أعمارهم ما بين 29 سنة- 32 سنة وشكلوا ما نسبته 3.8 % من إجمالي عينة الدراسة، ثم الذين تزيد أعمارهم على 29 سنة وشكلوا ما نسبته 1.3 % من إجمالي عينة الدراسة.

الجدول (4- 3)

توزيع عينة الدراسة للطلبة الجامعيين حسب مستوى السنة الدراسية

مستوى السنة الدراسية	التكرارات	النسبة المئوية %
سنة أولى	106	23.8
سنة ثانية	92	20.7
سنة ثالثة	78	17.5
سنة رابعة	145	32.6
سنة خامسة	15	3.4
سنة سادسة	9	2.0
المجموع	**445**	**%100**

يتبين من خلال الجدول السابق رقم (4- 3) أن النسبة الأعلى للمستجيبين كانت من الطلبة في مستوى السنة الدراسية الرابعة وبلغ عددهم 145 طالباً وبنسبة 32.6 % من إجمالي عينة الدراسة، ثم الطلبة في السنة الدراسية، ثم الطلبة في مستوى السنة الدراسية الأولى وبلغ عددهم 106 طلاب وبنسبة 23.8 % من إجمالي عينة الدراسة، ثم الطلبة في مستوى السنة الدراسية الثانية وبلغ عددهم 92 طالباً وبنسبة 20.7 % من إجمالي عينة الدراسة، ثم الطلبة في مستوى السنة الدراسية الثالثة وبلغ عددهم 78 طالباً وبنسبة 17.5 % من إجمالي عينة الدراسة، ثم الطلبة في مستوى السنة الدراسية الخامسة وبلغ عددهم 15 طالباً وبنسبة 3.4 % من إجمالي عينة الدراسة، وأخيرا الطلبة في مستوى السنة الدراسية السادسة وبلغ عددهم 9 طلاب وبنسبة 2.0 % من إجمالي عينة الدراسة.

الجدول (4- 4)

توزيع عينة الدراسة للطلبة الجامعيين حسب دخل العائلة الشهري

دخل العائلة الشهري	التكرارات	النسبة المئوية %
500 دينار فما دون	182	40.9
501- 750 ديناراً	123	27.6
751-1000 دينار	60	13.5
1000 دينار فأكثر	80	18.0
المجموع	**445**	**%100**

يتبين من خلال الجدول السابق رقم (4- 4)أن غالبية المستجيبين في عينة الدراسة هم من العائلات ذات الدخول الشهرية التي تقل عن 500 دينار، إذ بلغ عددهم 182 مستجيباً وبنسبة 40.9% من إجمالي عينة الدراسة، ثم جاءت العائلات ذات الدخول الشهرية التي تقع بين501- 750 ديناراً وبلغ عددهم 123مستجيباً وبنسبة 27.6% من إجمالي عينة الدراسة، فيما شكل المستجيبون الذين تزيد دخول عائلاتهم عن 1000 دينار نسبة 18 % إذ بلغ عددهم 80 مستجيباً من إجمالي عينة الدراسة، وأخيرا جاءت العائلات ذات الدخول الشهرية التي تقع بين751-1000 دينار وبلغ عددهم 60 مستجيباً وبنسبة 13.5% من إجمالي عينة الدراسة.

الجدول (4- 5)

توزيع عينة الدراسة للطلبة الجامعيين حسب عدد أفراد الأسرة

عدد أفراد الأسرة	التكرارات	النسبة المئوية %
اقل من 3 أفراد	30	6.7
3-5 أفراد	98	22.0
5-7 أفراد	157	35.3
أكثر من 7 أفراد	160	36.0
المجموع	**445**	**%100**

يتبين من خلال الجدول السابق رقم (4- 5) أن غالبية المستجيبين في عينة الدراسة هم من العائلات التي يتكون عدد أفرادها من أكثر من 7 أفراد، حيث بلغ عددهم 160 مستجيبا، وشكلوا ما نسبته 36 % من إجمالي عينة الدراسة، ثم جاءت العائلات التي يتكون عدد أفرادها من 5- 7 أفراد حيث بلغ عددهم 157 مستجيبا، وشكلوا ما نسبته 35.3 % من إجمالي عينة الدراسة، ثم جاءت العائلات التي يتكون عدد أفرادها من 3- 5 أفراد حيث بلغ عددهم 98 مستجيبا، وشكلوا ما نسبته 22 % من إجمالي عينة الدراسة، وأخيرا جاءت العائلات التي يتكون عدد أفرادها من أقل من 3 أفراد حيث بلغ عددهم 30 مستجيبا، وشكلوا ما نسبته 6.7 % من إجمالي عينة الدراسة.

الجدول (4- 6)

توزيع عينة الدراسة للطلبة الجامعيين حسب اسم الكلية

اسم الكلية	التكرارات	النسبة المئوية %
الكليات الإنسانية والاجتماعية	346	77.8
كليات الأعمال والإدارة	60	13.5
الكليات العلمية	39	8.7
المجموع	**445**	**%100**

يتبين من خلال الجدول السابق رقم (4- 6) أن غالبية المستجيبين في عينة الدراسة هم من الكليات الإنسانية والاجتماعية، إذ بلغ عددهم 346 مستجيبا، وبنسبة وصلت إلى 77.8 % من إجمالي عينة الدراسة، ثم جاءت كليات الأعمال والإدارة، حيث بلغ عددهم 60 مستجيبا، وبنسبة 13.5 % من إجمالي عينة الدراسة، ثم الكليات العلمية، حيث بلغ عددهم 39 مستجيبا، وبنسبة 8.7 % من إجمالي عينة الدراسة.

4-3 نتائج الإحصاء الوصفي والتحليلي لمتغيرات الدراسة

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الأولى

الجدول (4- 7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الأولى

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الأهمية
1	تمتاز الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 بأنها منافسة لمثيلاتها من الفضائيات العربية	4.265	.92599	1	عالية
2	موضوعات الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة1 MBC متقدمة عن مثيلاتها من الفضائيات العربية	3.869	.95912	4	عالية
3	أسلوب عرض الدراما التلفزيونية المقدمة في قناة MBC 1 تخاطب الشباب بطريقة جذابة	3.966	.99151	2	عالية
4	محتوى الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 ذات مضامين ترفيهية ممتعة	3.748	1.02646	5	متوسطة
5	محتوى الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 تشبع حاجاتي في متعة المشاهدة	3.640	1.12753	6	متوسطة
6	يتميز مضمون الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 بتعدده وتنوعه	3.966	1.07855	2	عالية

تراوحت المتوسطات الحسابية ما بين (4.265- 3.640) وأن العبارة رقم (1) والتي تنص على أن " الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 تمتاز بأنها منافسة لمثيلاتها من الفضائيات العربية " هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (6) وتنص على أن " محتوى الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 تشبع حاجاتي في متعة المشاهدة " كانت الأقل بين متوسطات الإجابات، ويلاحظ بشكل عام أن جميع المتوسطات الحسابية التي تم التوصل إليها كانت أعلى من متوسط أداة القياس المستخدم وهو (3) وهذا يشير إلى أن استجابات عينة الدراسة كانت إيجابية على جميع العبارات.

اختبار الفرضية الأولى

HO1 عدم وجود اختلاف في اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف طريقة عرض الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1.

الجدول (4- 8)

نتائج اختبار الانحدار البسيط Simple Regression للفرضية الأولى

المتغير المستقل	Sig.	R^2	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	القرار الإحصائي
طريقة عرض الدراما التلفزيونية	.000	.283	18.284	1.645	رفض الفرضية العدمية

يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق (4- 8) أن قيمة T المحسوبة هي (18.284) فيما بلغت قيمتها الجدولية (1.645)، وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية، يتبين أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، لذلك فإنه يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على " وجود اختلاف في اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف طريقة عرض الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1"، وهذا ما تؤكده قيمة الدلالة (.Sig) البالغة صفراً إذ إنها أقل من 5%، كما تشير إلى أن التباين (R^2) في تأثير طريقة عرض الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 يفسر ما نسبته (283.) من التباين في اتجاهات الطلبة الجامعيين.

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الثانية

الجدول (4- 9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الثانية

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الأهمية
7	محتوى المادة المعروضة في الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1مناسب من حيث الشكل والإخراج	4.152	.84311	2	عالية
8	يتوافق المضمون في الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1مع الأحداث التي تغطيها	3.885	.85313	3	عالية
9	تراعي المادة المعروضة في الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 العادات والقيم الإسلامية	3.427	1.11387	7	متوسطة
10	المضامين التي توفرها الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 ذات مصداقية عالية	3.494	1.01701	6	متوسطة
11	يمتاز محتوى الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 بالمعرفة والثقافة	3.797	1.04386	5	عالية
12	تمتاز القصص الدرامية التي تقدمها قناة MBC 1 بأنها ذات طابع تفاعلي إنسانياً وروحياً	3.853	.96271	4	عالية
13	هناك تناسق وتناغم بين الصوت والموسيقى المصاحبة للدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 مع محتوى المادة المعروضة	4.188	1.03774	1	عالية

تراوحت المتوسطات الحسابية لطريقة عرض الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1، ما بين (4.188 – 3.427) وأن العبارة رقم (13) التي تنص على أن "هناك تناسقاً وتناغماً بين الصوت والموسيقى المصاحبة للدراما التلفزيونية في قناة MBC1 مع محتوى المادة

المعروضة " هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم(9) والتي تنص على أن " المادة المعروضة في الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC1 تراعي العادات والقيم الإسلامية " كانت الأقل بين متوسطات الإجابات، ويلاحظ بشكل عام أن جميع المتوسطات الحسابية التي تم التوصل إليها كانت أعلى من متوسط أداة القياس المستخدم وهو (3) وهذا يشير إلى أن استجابات عينة الدراسة كانت إيجابية على جميع العبارات.

اختبار الفرضية الثانية

HO2 عدم وجود اختلاف في اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف طبيعة المادة المعروضة في الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1.

الجدول (4- 10)

نتائج اختبار الانحدار البسيط Simple Regression للفرضية الثانية

المتغير المستقل	Sig.	R^2	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	القرار الإحصائي
طبيعة المادة المعروضة	.000	.462	21.08	1.645	رفض الفرضية العدمية

يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق (4- 10) أن قيمة T المحسوبة هي (21.08) فيما بلغت قيمتها الجدولية (1.645)، وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية، يتبين أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، لذلك فإنه يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على " وجود اختلاف في اتجاهات الطلبة الجامعيين

باختلاف طبيعة المادة المعروضة في الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 "، وهذا ما تؤكده قيمة الدلالة (.Sig) البالغة صفراً إذ إنها أقل من 5%، كما تشير إلى أن التباين (R^2) في تأثير طبيعة المادة المعروضة في الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1، يفسر ما نسبته (462.) من التباين في اتجاهات الطلبة الجامعيين.

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الثالثة

الجدول (4- 11)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الثالثة

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الأهمية
14	الموضوعات المطروحة في الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 من ضمن اهتمامي	3.714	1.12382	4	متوسطة
15	الموضوعات المطروحة في الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 تناسب القيم الدينية	3.368	1.17362	7	متوسطة
16	تولي الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 الاهتمام الأكبر للقضايا العربية	3.818	1.03569	1	عالية
17	تتناسب الموضوعات المطروحة في الدراما التلفزيونية بقناة MBC 1 مع مختلف المراحل العمرية للمشاهدين	3.770	1.12167	3	عالية
18	تسهم الموضوعات المطروحة في الدراما في قناة MBC 1 في رفع مستوى الوعي والإدراك للمشاهد	3.779	1.10936	2	عالية
19	تسهم الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 في تشكيل اتجاهاتي حول الموضوعات التي تعالجها	3.629	1.13881	5	متوسطة
20	تسهم المضامين الإيجابية التي تتعرض الدراما في قناة MBC 1 في تغيير مفاهيمي نحو مختلف المواضيع	3.485	1.28326	6	متوسطة

تراوحت المتوسطات الحسابية للموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما التلفزيونية المعروضة في قناة MBC 1، ما بين (3.818 – 3.368) وأن العبارة رقم (16) التي تنص على أن " الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 تولي الاهتمام الأكبر للقضايا العربية " هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (15) والتي تنص على أن " الموضوعات المطروحة في الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 تناسب القيم الدينية " كانت الأقل بين متوسطات الإجابات، ويلاحظ بشكل عام أن جميع المتوسطات الحسابية التي تم التوصل إليها كانت أعلى من متوسط أداة القياس المستخدم وهو (3) وهذا يشير إلى أن استجابات عينة الدراسة كانت إيجابية على جميع العبارات.

اختبار الفرضية الثالثة

HO3 عدم وجود تأثير للموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما التلفزيونية المعروضة في قناة MBC 1 في تشكيل اتجاهات الطلبة الجامعيين.

الجدول (4– 12)

نتائج اختبار الانحدار البسيط Simple Regression للفرضية الثالثة

المتغير المستقل	Sig.	R^2	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	القرار الإحصائي
الموضوعات والقضايا المعالجة	.000	.44	9.260	1.645	رفض الفرضية العدمية

يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق (4- 12) أن قيمة T المحسوبة هي (9.260) فيما بلغت قيمتها الجدولية (1.645)، وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية، يتبين أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، لذلك فإنه يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على " وجود تأثير للموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما التلفزيونية المعروضة في قناة MBC 1 في تشكيل اتجاهات الطلبة الجامعيين"، وهذا ما تؤكده قيمة الدلالة (Sig.) البالغة صفراً إذ إنها أقل من 5%، كما تشير إلى أن التباين (R^2) في تأثير الموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما التلفزيونية المعروضة في قناة MBC 1، يفسر ما نسبته (44.) من التباين في اتجاهات الطلبة.

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الرابعة

الجدول (4– 13)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الرابعة

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الأهمية
21	تمتاز الدراما التلفزيونية في قناة 1 MBC بعنصر الإقناع والقبول لدى المشاهدين	3.853	.93180	1	عالية
22	تتفق القضايا المطروحة في الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 مع اهتمامات المشاهدين	3.818	.89324	2	عالية
23	تساعد الدراما التلفزيونية في قناة 1 MBC على تشكيل رأيي حول مختلف القضايا التي تعالجها	3.436	1.14040	4	متوسطة
24	تؤثر الدراما التلفزيونية في قناة 1 MBC على قيمي وعاداتي	2.923	1.37497	7	ضعيفة
25	تؤثر الدراما التلفزيونية في قناة 1 MBC على نمط سلوكياتي	2.898	1.40017	6	ضعيفة
26	مضمون الدراما التلفزيونية في قناة 1 MBC يشبع حاجاتي ورغباتي الاجتماعية	3.418	1.15690	5	متوسطة
27	تؤثر الدراما التلفزيونية في قناة 1 MBC على نمط أخلاقياتي	2.739	1.60781	8	ضعيفة
28	مضمون الدراما التلفزيونية في قناة 1 MBCيشبع حاجاتي ورغباتي النفسية	3.510	1.35001	3	متوسطة

تراوحت المتوسطات الحسابية للعوامل المحددة لتشكيل الاتجاهات لدى الطلبة الجامعيين، ما بين (3.853 – 2.739) وأن العبارة رقم (21) التي تنص على أن " الدراما التلفزيونية في قناة 1 MBC تمتاز بعنصر الإقناع والقبول لدى المشاهدين " هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (27) التي تنص على أن " الدراما التلفزيونية

في قناة MBC 1 تؤثر على نمط أخلاقياتي " كانت الأقل بين متوسطات الإجابات، ويلاحظ بشكل عام أن جميع المتوسطات الحسابية التي تم التوصل إليها كانت أعلى من متوسط أداة القياس المستخدم وهو (3) وهذا يشير إلى أن استجابات عينة الدراسة كانت إيجابية على جميع العبارات.

اختبار الفرضية الرابعة

HO4 عدم وجود علاقة بين العوامل المحددة لتشكيل الاتجاهات لدى الطلبة الجامعيين واتجاهاتهم الفعلية نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC 1.

الجدول (4- 14)

نتائج اختبار الانحدار البسيط Simple Regression للفرضية الرابعة

المتغير المستقل	Sig.	R^2	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	القرار الإحصائي
العوامل المحددة لتشكيل الاتجاهات	.000	.209	9.225	1.645	رفض الفرضية العدمية

يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق (4- 14) أن قيمة T المحسوبة هي (9.225) فيما بلغت قيمتها الجدولية (1.645)، وبمقارنة القيم التي تم التوصل إليها في اختبار هذه الفرضية، يتبين أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، لذلك فإنه يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على " وجود علاقة بين العوامل المحددة لتشكيل الاتجاهات لدى الطلبة الجامعيين واتجاهاتهم الفعلية نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC 1"، وهذا ما تؤكده قيمة الدلالة (Sig.) البالغة صفراً إذ إنها أقل من 5%، كما تشير إلى أن التباين (R^2) في تأثير العوامل المحددة لتشكيل الاتجاهات لدى الطلبة الجامعيين، يفسر ما نسبته (209.) من التباين في اتجاهات الطلبة الجامعيين.

4-4 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمتغير التابع: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1

الجدول (4- 15)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الأهمية
29	تقدم قناة 1 MBC كل ما هو جديد في مجال الدراما التلفزيونية	4.2831	.88318	3	عالية
30	تقدم قناة 1 MBC الدراما التلفزيونية بشكل ملائم للذوق العام	4.4382	3.77508	1	عالية
31	تطرح الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 قضايا واقعية	3.8449	1.02040	5	عالية
32	تقدم قناة 1 MBCالدراما التلفزيونية بأسلوب جذاب	4.0135	1.17397	4	عالية
33	تناسب الدراما التلفزيونية المعروضة في قناة 1 MBC مختلف فئات المجتمع	3.8180	1.14516	6	عالية
34	تتوافق الدراما التلفزيونية في قناة 1 MBC مع القيم الحضارية العربية والإسلامية	3.4787	1.24576	8	متوسطة
35	أفضل مشاهدة الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 على تلك المعروضة على الفضائيات الأخرى	3.6899	1.20360	7	متوسطة
36	اعتقد أن الدراما التلفزيونية المقدمة في قناة 1 MBC تتفاعل مع أحداث العالم الإسلامي	3.4247	1.21248	2	متوسطة

تراوحت المتوسطات الحسابية لاتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1، ما بين (3.4787–4.4382) وأن العبارة رقم (30) التي تنص على أن " قناة MBC 1 تقدم الدراما التلفزيونية بشكل ملائم للذوق العام " هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (34) التي تنص على أن " الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 تتوافق مع القيم الحضارية العربية والإسلامية " كانت الأقل بين متوسطات الإجابات، ويلاحظ بشكل عام أن جميع المتوسطات الحسابية التي تم التوصل إليها كانت أعلى من درجة القياس المعتمدة في هذه الدراسة وهو (3) وهذا يشير إلى أن استجابات عينة الدراسة كانت إيجابية على جميع العبارات.

4–5 نتائج تحليل التباين الأحادي (One way Anova) للفروق في إجابات عينة الدراسة

اختبار الفرضية الخامسة:

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One way Anova) لاختبار هذه الفرضية وذلك لمعرفة مدى وجود فروق في تأثير المتغيرات الوسيطة على المتغير التابع، باختلاف العوامل الديموغرافية للمستجيبين.

تنص هذه الفرضية على أنه:

HO5 لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الطلبة الجامعيين المبحوثين تعزى للعوامل الديموغرافية (الجنس، العمر، اسم الكلية، مستوى السنة الدراسية، دخل العائلة الشهري، عدد أفراد الأسرة).

وتنص قاعدة القرار على رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة إذا كانت قيمة F المحسوبة اكبر من قيمة F الجدولية ومستوى المعنوية .Sig اقل من 05.

الجدول (4- 16)

نتائج تحليل التباين (One way Anova) للفروق في إجابات طلبة الجامعات الأردنية حسب الجنس

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	قيمة F المحسوبة	قيمةF الجدولية	مستوى المعنوية Sig	النتيجة
الجنس	بين المجموعات	54.402	74	5.135	1.52	.000	يوجد فروق
	داخل المجموعات	52.977	370				
	التباين الكلي	107.380	444				

يتبين من البيانات الواردة بالجدول (4- 16) أن قيمة F المحسوبة هي (5.135) وقيمتها الجدولية (1.52) وبالمقارنة بينهما يتضح أن قيمة F المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار التي تنص على أنه إذا كانت قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية فإن هذا يعني رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه " يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول اتجاهات الطلبة الجامعيين المبحوثين تعزى للجنس "، وهذا ما تؤكده مستوى المعنوية (000.) وهي أقل من 5%.

الجدول (4- 17)

نتائج تحليل التباين (One way Anova) للفروق في إجابات طلبة الجامعات الأردنية

حسب العمر

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	قيمة F المحسوبة	قيمةF الجدولية	مستوى المعنوية Sig	النتيجة
العمر	بين المجموعات	69.141	74	3.223	1.52	.000	يوجد فروق
	داخل المجموعات	107.250	370				
	التباين الكلي	176.391	444				

يتبين من البيانات الواردة بالجدول (4– 17) أن قيمة F المحسوبة هي (3.223) وقيمتها الجدولية (1.52) وبالمقارنة بينهما يتضح أن قيمة F المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار التي تنص على أنه إذا كانت قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية فإن هذا يعني رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه " يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول اتجاهات الطلبة الجامعيين المبحوثين تعزى للعمر "، وهذا ما تؤكده مستوى المعنوية (000.) وهي أقل من 5%.

الجدول (4– 18)

نتائج تحليل التباين (One way Anova) للفروق في إجابات طلبة الجامعات الأردنية حسب مستوى السنة الدراسية

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	قيمة F المحسوبة	قيمةF الجدولية	مستوى المعنوية Sig	النتيجة
مستوى السنة الدراسية	بين المجموعات	419.508	74	5.841	1.52	.000	يوجد فروق
	داخل المجموعات	359.112	370				
	التباين الكلي	778.620	444				

يتبين من البيانات الواردة بالجدول (4- 18) أن قيمة F المحسوبة هي (5.841) وقيمتها الجدولية (1.52) وبالمقارنة بينهما يتضح أن قيمة F المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار التي تنص على أنه إذا كانت قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية، فإن هذا يعني رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه " يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول اتجاهات الطلبة الجامعيين المبحوثين تعزى لمستوى السنة الدراسية "، وهذا ما تؤكده مستوى المعنوية (.000) وهي أقل من 5%.

الجدول (4- 19)

نتائج تحليل التباين (One way Anova) للفروق في إجابات طلبة الجامعات الأردنية

حسب دخل العائلة الشهري

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	قيمة F المحسوبة	قيمةF الجدولية	مستوى المعنوية Sig	النتيجة
دخل العائلة الشهري	بين المجموعات	279.555	74	5.006	1.52	.000	يوجد فروق
	داخل المجموعات	279.200	370				
	التباين الكلي	558.755	444				

يتبين من البيانات الواردة بالجدول (4- 19) أن قيمة F المحسوبة هي (5.006) وقيمتها الجدولية (1.52) وبالمقارنة بينهما يتضح أن قيمة F المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار التي تنص على أنه إذا كانت قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية فإن هذا يعني رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه " يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول اتجاهات الطلبة الجامعيين المبحوثين تعزى لدخل العائلة الشهري "، وهذا ما تؤكده مستوى المعنوية (000.) وهي أقل من 5%.

الجدول (4- 20)

نتائج تحليل التباين (One way Anova) للفروق في إجابات طلبة الجامعات الأردنية

حسب عدد أفراد الأسرة

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	قيمة F المحسوبة	قيمةF الجدولية	مستوى المعنوية Sig	النتيجة
عدد أفراد الأسرة	بين المجموعات	145.527	74	3.130	1.52	.000	يوجد فروق
	داخل المجموعات	232.464	370				
	التباين الكلي	377.991	444				

يتبين من البيانات الواردة بالجدول (4- 20) أن قيمة F المحسوبة هي (3.130) وقيمتها الجدولية (1.52) وبالمقارنة بينهما يتضح أن قيمة F المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار التي تنص على أنه إذا كانت قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية فإن هذا يعني رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه " يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول اتجاهات الطلبة الجامعيين المبحوثين تعزى إلى عدد أفراد الأسرة "، وهذا ما تؤكده مستوى المعنوية (.000) وهي أقل من 5%.

الجدول (4- 21)

نتائج تحليل التباين (One way Anova) للفروق في إجابات طلبة الجامعات الأردنية

حسب اسم الكلية

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	قيمة F المحسوبة	قيمةF الجدولية	مستوى المعنوية Sig	النتيجة
اسم الكلية	بين المجموعات	106.357	74	7.034	1.52	.000	يوجد فروق
	داخل المجموعات	75.598	370				
	التباين الكلي	181.955	444				

يتبين من البيانات الواردة بالجدول (4- 21) أن قيمة F المحسوبة هي (7.034) وقيمتها الجدولية (1.52) وبالمقارنة بينهما يتضح أن قيمة F المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار التي تنص على أنه إذا كانت قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية فإن هذا يعني رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه " يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول اتجاهات الطلبة الجامعيين المبحوثين تعزى إلى اسم الكلية "، وهذا ما تؤكده مستوى المعنوية (000.) وهي أكبر من 5%.

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

5-1 تحليل ومناقشة النتائج

5-2 التوصيات

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

في ضوء التحليل الذي تم في الفصل الرابع لإجابات عينة الدراسة من الطلبة الجامعيين، فإن هذه الفصل يتناول عرضاً لمجمل النتائج التي توصل إليها الباحث، وعلى ضوء هذه النتائج التي تم التوصل إليها قدم الباحث عددا من التوصيات، ويمكن تلخيص أهم نتائج الدراسة بما يلي:

5-1 تحليل ومناقشة النتائج

في ضوء تحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات الذي تم في الفصل الرابع، فإنه يمكن تلخيص هذه النتائج على النحو التالي:

5-1-1 اختلاف اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف طريقة عرض الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1.

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود اختلاف في اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف طريقة عرض الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC1، حيث فسرت ما نسبته (283.) من التباين في اتجاهات الطلبة الجامعيين، وبينت النتائج أن الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC1 تمتاز بأنها منافسة لمثيلاتها من الفضائيات العربية، وأن موضوعاتها متقدمة عن مثيلاتها من الفضائيات العربية، كذلك يتميز مضمون الدراما التلفزيونية بالتعدد والتنوع، وان أسلوب عرضها يخاطب الشباب بطريقة جذابة، فضلا عن أن محتواها ذات مضامين ترفيهية ممتعة وتشبع حاجات المشاهد.

5-1-2 اختلاف اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف طبيعة المادة المعروضة في الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1.

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود اختلاف في اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف طبيعة المادة المعروضة في الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1"، إذ فسرت ما نسبته (462.) من التباين في اتجاهات الطلبة الجامعيين. وبينت النتائج أن هناك تناسقاً وتناغماً بين الصوت والموسيقى المصاحبة للدراما التلفزيونية في قناة MBC1 مع محتوى المادة المعروضة، والذي يعد مناسبا من حيث الشكل والإخراج، كما بينت النتائج أن المضمون في الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 يتوافق مع الأحداث التي تغطيها.

5-1-3 تأثير الموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما التلفزيونية المعروضة في قناة MBC 1 في تشكيل اتجاهات الطلبة الجامعيين.

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير للموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما التلفزيونية المعروضة في قناة MBC 1 في تشكيل اتجاهات الطلبة الجامعيين، إذ فسرت ما نسبته (44.) من التباين في اتجاهات الطلبة الجامعيين، وبينت النتائج الدراما التلفزيونية في قناة MBC1 تولي القضايا العربية الاهتمام الأكبر، وأن موضوعاتها المطروحة تسهم في رفع مستوى الوعي والإدراك للمشاهد، وهي تتناسب مع مختلف المراحل العمرية للمشاهدين.

5-1-4 العلاقة بين العوامل المحددة لتشكيل الاتجاهات لدى الطلبة الجامعيين واتجاهاتهم الفعلية نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC 1.

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة بين العوامل المحددة لتشكيل الاتجاهات لدى الطلبة الجامعيين واتجاهاتهم الفعلية نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC1 "، إذ فسرت ما نسبته (209.) من التباين في اتجاهات الطلبة الجامعيين. وبينت النتائج أن الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 تمتاز بعنصر الإقناع والقبول لدى المشاهدين، وأن القضايا المطروحة في الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 تتفق مع اهتمامات المشاهدين، ومضمونها يشبع حاجات ورغبات الطلبة النفسية.

5-1-5 اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1

أشارت نتائج الدراسة إلى أن قناة MBC 1 تقدم الدراما التلفزيونية بشكل ملائم للذوق العام، وهي تتفاعل مع أحداث العالم الإسلامي، كما بينت النتائج أن قناة MBC 1 تقدم كل ما هو جديد في مجال الدراما التلفزيونية وبأسلوب جذاب، كما بينت النتائج أن الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 تطرح قضايا واقعية تناسب مختلف فئات المجتمع، وتتوافق مع القيم الحضارية العربية والإسلامية.

5-1-6 الفروق في اتجاهات الطلبة الجامعيين المبحوثين تعزى للعوامل الديموغرافية

1- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول اتجاهات الطلبة الجامعيين المبحوثين تعزى للجنس.

2- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول اتجاهات الطلبة الجامعيين المبحوثين تعزى للعمر.

3- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول اتجاهات الطلبة الجامعيين المبحوثين تعزى لدخل العائلة الشهري.

4- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول اتجاهات الطلبة الجامعيين المبحوثين تعزى إلى عدد أفراد الأسرة.

5- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول اتجاهات الطلبة الجامعيين المبحوثين تعزى إلى اسم الكلية.

5-2 التوصيات

يوصي الباحث بما يلي:

1- ضرورة إدراك قناة MBC 1 لأهمية النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، فيما يتعلق بالتقييم الإيجابي الذي أفرزته نتائجها حول اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التي تقدمها.

2- ضرورة استمرار قناة MBC 1 في تحسين طريقة عرض الدراما التلفزيونية التي تقدمها كونها تواجه منافسة من الفضائيات العربية.

3- ضرورة استمرار قناة MBC 1 باختيار الدراما التلفزيونية التي تناسب مختلف شرائح المجتمع العربي.

4- القيام بدراسات متخصصة ومعمقة ومستمرة لفهم اتجاهات المشاهدين نحو الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 لمعرفة أوجه الخلل والقصور فيها.

5- ضرورة اهتمام قناة MBC 1 بقراءة وفهم الاحتياجات الحقيقية الثقافية والترفيهية للمشاهد العربي، ومحاولة تلبيتها بما ينسجم مع قيمه الثقافية والحضارية.

6- ضرورة استمرار قناة MBC 1 في تقديم مواد درامية مناسبة من حيث الشكل والإخراج المضمون وبشكل يتوافق مع الأحداث التي تغطيها هذه الدراما.

7- ضرورة إدراك قناة MBC 1 لأهمية الموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما التلفزيونية المعروضة لدورها المهم في تشكيل اتجاهات الطلبة، وفي رفع مستوى الوعي والإدراك للمشاهد.

8- العمل على تقديم دراما تلفزيونية تتفق مع اهتمامات المشاهدين، وبمضمون يمتاز بعنصر الإقناع والقبول وقادر على إشباع حاجات ورغبات الطلبة النفسية كونها من العوامل المحددة في تشكيل اتجاهاتهم نحو مشاهدة الدراما التي تعرضها قناة MBC 1.

9- ضرورة استمرار قناة MBC 1 بتقديم الدراما التلفزيونية بشكل ينسجم مع مرجعية المشاهد الثقافية والدينية والأخلاقية، وأن تكون متوافقة مع الذوق العام ومع الثقافة والقيم الحضارية العربية والإسلامية.

10- عمل دراسات دورية لتقييم البرامج التلفزيونية بصفة عامة والدراما التلفزيونية بصفة خاصة التي تبثها نظرا للتطور والتغيير السريع لمثل هذه البرامج والقنوات الفضائية.

قائمة المراجع

أولا: المراجع باللغة العربية

الكتب

- أبو إصبع، صالح خليل، (2004). **الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة**، عمان: دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع.

- أبو عرجة، تيسير أحمد، (2000). **دراسات في الصحافة والإعلام**، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

- ابن عروس، محمد, (1997م). **الأسس الفنية للإذاعتين المرئية والمسموعة**. بنغازي: الدار الجماهيرية.

- إدريس، ثابت عبدالرحمن،(2005). **بحوث التسويق، أساليب القياس والتحليل واختبار الفروض**، القاهرة: الدار الجامعية للنشر والتوزيع.

- بدر, أحمد، (2002). **الإعلام الدولي دراسات في الاتصال والدعاية الدولية**, القاهرة: مصر.

- بدوي، عبد الرحمن، (1999). **مناهج البحث العلمي**، وكالة المطبوعات، الكويت.

- جوهر، صلاح الدين، (2001) **علم الاتصال: مفاهيمه, نظرياته, مجالاته**, القاهرة: مكتبة عين شمس.

- حجاب، محمد منير، (2004). **المعجم الإعلامي**، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

- حجازي, مصطفى, (1998). **حصار الثقافة بين القنوات الفضائية والدعوة الأصولية**، بيروت: المركز الثقافي العربي.

- حسين، سمير محمد، (1999). **بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي**، القاهرة: عالم الكتب.

- الدباغ، هشام، (1998). **التلفزيون أسرار وعجائب**، عمان: دار عالم الثقافة للنشر والتوزيع.

- الدليمي، عبد الرزاق محمد (2010). **الإعلام إشكاليات التخطيط والممارسة.** ط 1، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.

- الدليمي، عبد الرزاق محمد (2005). **عولمة التلفزيون.** ط 1، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.

- رضا، هاني, (1998), **الرأي العام والدعاية**, القاهرة: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر.

- الشاعر، عبد الرحمن, (1996). **إنتاج برامج التليفزيون**, الرياض: المملكة العربية السعودية.

- الشال، انشراح, (1993). **بث وافد على شاشات التلفزيون**, القاهرة: دار الفكر العربي.

- الصميدعي، محمود جاسم, ويوسف، ردينه عثمان، (2001)، **سلوك المستهلك**، مدخل كمي وتحليلي، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.

- العبد, عاطف عدلي,(2001). **التبادل الإخباري التلفزيوني العربي.** دار الفكر: القاهرة.

- عبيدات، محمد، (2005)، **التسويق السياحي**، (مدخل سلوكي)، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

- عمر، السيد احمد مصطفى، (2008). **البحث الإعلامي: مفهومه، إجراءاته، ومناهجه،** الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

- العميان, محمود سليمان, (2005). **السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال**، عمان: دار وائل للنشر.

- الغدير، حمد, والساعد، رشاد (1997)، **سلوك المستهلك**، مدخل متكامل. عمان: دار زهران للطباعة والنشر.

- مراميه, فرانك وآخرون,(2004). **الفضاء العربي (الفضائيات والانترنت والإعلان والنشر)**, ترجمة فردريك معتوق, بيروت: لبنان.

- مصطفى، فهيم (2003 م). **المنهج التربوي لثقافة الطفل المسلم،** عمان: دار الفكر.

- معلا ، ناجي، وتوفيق، رائف، (2005)، **أصول التسويق، (مدخل تحليلي)،** عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

- ميليفين، ل. ديفلير، وساندرا، بول روكيتش، (1993). **نظريات وسائل الإعلام،** ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.

- الهاشمي, مجد, (2001). **الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الصناعية,** دار المناهج: عمان.

- يكن، منى حداد، (2001)، **أبناؤنا بين وسائل الأعلام وأخلاق الإسلام،** بيروت، مؤسسة الرسالة.

- يوسف، محمود، (2003). **المدخل في العلاقات العامة،** القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

الرسائل الجامعية

- بلغيث, سلطان, (2008). **واقع إسهام الفضائيات العربية في نشر الثقافة العربية الإسلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من الشباب الجامعي,** رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة تبسة، الجزائر.

- شقير، بارعة حمزة، (1999). **تأثير التعرض للدراما الأجنبية في التليفزيون على إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي.** أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، الجيزة، كلية الإعلام.

- قبلان، عبده قبلان، (2008)، **اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني**. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط, عمان: الأردن.

- القدرة، مبروك فؤاد، (2004). **التنمية الصحية وسلامة البيئة في الإعلام المرئي (التلفزيون) بمحافظة غزة**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القدس، فلسطين.

- محمد، عزة عبد العظيم، (2000). **تأثير الدراما التليفزيونية على إدراك الواقع الاجتماعي للأسرة المصرية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، الجيزة، كلية الإعلام.

- النهر, ناجي نهر, (2008). **صورة المرأة في وسائل الإعلام العربية دراسة تحليلية لتناول صورة المرأة في قناة الـmbc1 نموذجا**, رسالة ماجستير غير منشورة, الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.

البحوث والدراسات المنشورة في مجلات محكمة

- الأصفر، محمد علي, (1993), **أطفالنا والخيالة المرئية**, مجلة البحوث الإعلامية، العدد7, طرابلس، السنة الرابعة, ص ص207-222.

- البكري، فؤادة, (1996). **التعليم والإعلام وتشكيل الوعي الثقافي للطفل**, المؤتمر العلمي الأول, كلية رياض الأطفال, القاهرة, في الفترة من 18-19 أيلول.

- البوهي، فاروق، والشنو، فوزية، (1996). **وسائل الإعلام المرئي وأثرها على شخصية الطفل العربي وثقافته.** المؤتمر العلمي الأول، كلية رياض الأطفال, القاهرة, في الفترة من 18-19 أيلول.

- البوصي، عائشة (2004). **أثر التلفزيون على التنشئة الاجتماعية.** دراسة ميدانية في الكويت، قسم الخدمة الاجتماعية، مكتب الشارقة التعليمي.

- دشتي، فاطمة عبد الصمد، (2005)، **أثر مشاهدة البرامج الفضائية على المهارات الاجتماعية لدى عينة من الأطفال بدولة الكويت،** مجلة رسالة الخليج العربي، العدد 103، جامعة الكويت.

- شراب، محمد, (1996). **الإذاعة المرئية وأهميتها في حياة المجتمع,** مجلة البحوث الإعلامية، العدد 3, طرابلس، السنة الأولى, ص ص110-127.

- الشميمري، أحمد بن عبدالرحمن (2005)، **التوجهات نحو الإعلان التلفزيوني في القنوات الفضائية العربية،** كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة القصيم: المملكة العربية السعودية.

- الصمادي، سامي،(2002) **اتجاهات المواطنين نحو الإعلان التجاري المتلفز: دراسة ميدانية في مدينة الزرقاء،** مجلة المنارة، جامعة آل البيت، العدد 26.

- الصمادي، سامي، (2003)، **دور الدعاية في الإعلان التجاري دراسة مسحية لاتجاهات المستهلك الأردني،** الملتقى العربي الثاني التسويق في الوطن العربي الفرص والتحديات الدوحة- دولة قطر 6-8 تشرين أول 2003.

- علي، علي أرشيد، (2008)، **تأثير الإعلان على قنوات أم بي سي الفضائية, على السلوك الاستهلاكي للمشاهدين في الأردن:** دراسة مسحية في الأردن.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

- Albert, J,& Bitta, D (1999) L. Loudon consumer behavior, publisher Chapman & Hall,No, 300.

- Alexander,A.(2004), Disruptive Technology:Iraq and the Internet in Miller, D (ed.) Tell Me Lies:Propaganda and media Distortion in the Attack on Iraq.Pluto Press.

- Blackwell, Roger D & Miniard**,** Paul W& Engel**,** James F (2001). **Consumer Behavior,** New York: Harcourt College Publishers.

- Brody,Douglas A. (1999) Broadcasting in the Arab World; Asurvery of the electronic media in the middle East..Lowa State University Press

- Castells, M. (2001), The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society. Oxford University Press.

- Charles, S. (2003). The Quality of television program content and its relationship to achievement and behavior in late- latency age student. PhD. IRIC, Boston College.

- Gomez, O. (2008) commercial, Television and student education in Mexico. Edd-irric. Harvard University. P.309.

- Hamm, M. (2001), Middle school students science texts box, Television and No clear war Issues. (California: report, research office).

- Hoyer & McInnis (2000) **, Consumer Behavior ,** Second Edition . New York : Prentice Hall .

- Klapper, J. T(2001) " **The Effects of mass communication** " , 2ed (Glencoe : Free Press, P: 20-32.

- Lister, M. Dovey, J. Giddings, S. Grant, I. and Kelly, K. (2003) New Media: A Critical Introduction. Routledge.

- Malhotra N., (2003), **Marketing Research**, 4th ed., Prentice Hall

- Schiff man, Leon G & Kanuk, Leslie L, (2004). **Consumer Behavior**, Eighth edition. New Jersey: Prentice Hall.

- Sharon R. (2003) Mass Media and Adolescence in the late 1980's phd-iric University of Illinois.

- Schiff man **,** Leon G & Kanuk **,** Leslie L (2004), **Consumer Behavior,** Eighth edition .New Jersey : Prentice Hall .

- Solomon**,** Michael, R. (2007).**Consumer Behavior ,**Buying**,** Having **,** and Being Seventh Edition . New Jersey : Prentice Hall .

- Wilkie **,** William, L. (1996)**, Consumer Behavior,** Printed by John wiley & sons **,** Inc. USA.

ملحق رقم (1)

استبانة الدراسة

جامعة الشرق الأوسط

كليـة الإعلام

بسم الله الرحمن الرحيم

أختي المستجيبة:

أخي المستجيب:

تحية احترام وتقدير,,,

استبانة حول موضوع:

اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1

"دراسة ميدانية في الجامعة الأردنية وجامعة البترا الخاصة "

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1: دراسة ميدانية في الجامعة الأردنية وجامعة البتراء الخاصة، ولأهمية رأيكم حول موضوع الدراسة, يرجى التكرم بالإجابة عن الأسئلة علما بأنه سيتم التعامل مع هذه البيانات بسرية تامة ولإغراض البحث العلمي فقط.

وشكرا لتعاونكم

الباحث: اشرف محمد مازن المناصير
طالب في برنامج الماجستير في الإعلام
جامعة الشرق الأوسط
0795370003 – 0775370003

القسم الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس:

☐ ذكر ☐ أنثى

2- العمر:

20 سنة فأقل ☐ 21–24 سنة ☐ 25–28 سنة ☐
29 – 32 سنة ☐ 33 سنة فأكثر ☐

3– مستوى السنة الدراسية:

سنة أولى ☐ سنة ثانية ☐ سنة ثالثة ☐
سنة رابعة ☐ سنة خامسة ☐ سنة سادسة ☐

4– دخل العائلة الشهري:

500 دينار فما دون ☐ 501-750 ديناراً أردنياً ☐
751 -1000 دينار ☐ 1000 دينار أردني فأكثر ☐

5– عدد أفراد الأسرة:

اقل من ثلاثة أفراد ☐ 3–5 افراد ☐
5–7 أفراد ☐ أكثر من 7 أفراد ☐

6– اسم الكلية

☐ الكليات الإنسانية والاجتماعية ☐ كليات الأعمال والإدارة ☐ الكليات العلمية

7– اسم الجامعة

☐ الأردنية ☐ البترا

القسم الثاني: أسئلة عامة

1– هل تتابع الدراما التلفزيونية التي تقدمها وتعرضها قناة MBC 1؟

☐ دائماً ☐ أحيانا ☐ لا

2– كم عدد ساعات مشاهدة الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1؟

	أقل من ساعة		من ساعة إلى أقل من ساعتان
	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات		أكثر من 3 ساعات

القسم الثالث: معلومات حول متغيرات الدراسة.

يرجى قراءة العبارات التالية وبيان رأيكم فيها ووضع إشارة (√) إزاء الجواب الذي تراه مناسبا.

محتوى ومضمون الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1

التسلسل	العبـارة	دائمـاً	غالبـاً	أحيـاناً	نـادراً	أبـداً
1	تمتاز الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 بأنها منافسة لمثيلاتها من الفضائيات العربية					
2	موضوعات الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 متقدمة عن مثيلاتها من الفضائيات العربية					
3	أسلوب عرض الدراما التلفزيونية المقدمة في قناة MBC 1 تخاطب الشباب بطريقة جذابة					
4	محتوى الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 ذات مضامين ترفيهية ممتعة					
5	محتوى الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 تشبع حاجاتي في متعة المشاهدة					
6	يتميز مضمون الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 بتعدده وتنوعه					

طبيعة المادة المعروضة في الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1

التسلسل	العبـارة	دائمـاً	غالبـاً	أحيـاناً	نـادراً	أبـداً
7	محتوى المادة المعروضة في الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC					

	1 مناسب من حيث الشكل والإخراج					
8	يتوافق المضمون في الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 مع الأحداث التي تغطيها					
9	تراعي المادة المعروضة في الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 العادات والقيم الإسلامية					
10	المضامين التي توفرها الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 ذات مصداقية عالية					
11	يمتاز محتوى الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة MBC 1 بالمعرفة والثقافة					
12	تمتاز القصص الدرامية التي تقدمها قناة MBC 1 بأنها ذات طابع تفاعلي إنسانياً وروحياً					
13	هناك تناسق وتناغم بين الصوت والموسيقى المصاحبة للدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 مع محتوى المادة المعروضة					

الموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما التلفزيونية المعروضة في قناة MBC 1

التسلسل	العبارة	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	أبداً
14	الموضوعات المطروحة في الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 من ضمن اهتمامي					
15	الموضوعات المطروحة في الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 تناسب القيم الدينية					
16	تولي الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 الاهتمام الأكبر للقضايا العربية					
17	تتناسب الموضوعات المطروحة في الدراما التلفزيونية في قناة1 MBC مع مختلف المراحل العمرية للمشاهدين					
18	تسهم الموضوعات المطروحة في الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 في رفع مستوى الوعي والإدراك للمشاهد					
19	تسهم الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 في تشكيل اتجاهاتي حول					

	الموضوعات التي تعالجها					
20	تسهم المضامين الإيجابية التي تتعرض الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 في تغيير مفاهيمي نحو مختلف المواضيع					

العوامل المحددة لتشكيل الاتجاهات نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة MBC 1

التسلسل	العبـارة	دائمـاً	غالبـاً	أحيـاناً	نـادراً	أبـداً
21	تمتاز الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 بعنصر الإقناع والقبول لدى المشاهدين					
22	تتفق القضايا المطروحة في الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 مع اهتمامات المشاهدين					
23	تساعد الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 على تشكيل رأيي حول مختلف القضايا التي تعالجها					
24	تؤثر الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 على قيمي وعاداتي					
25	تؤثر الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 على نمط سلوكياتي					
26	مضمون الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 يشبع حاجاتي ورغباتي الاجتماعية					
27	تؤثر الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 على نمط أخلاقياتي					
28	مضمون الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 يشبع حاجاتي ورغباتي النفسية					

اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1

التسلسل	العبـارة	دائمـاً	غالبـاً	أحيـاناً	نـادراً	أبـداً
29	تقدم قناة MBC 1 كل ما هو جديد في مجال الدراما التلفزيونية					
30	تقدم قناة MBC 1 الدراما التلفزيونية بشكل ملائم للذوق العام					

31	تطرح الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 قضايا واقعية					
32	تقدم قناة MBC 1 الدراما التلفزيونية بأسلوب جذاب					
33	تناسب الدراما التلفزيونية المعروضة في قناة MBC 1 مختلف فئات المجتمع					
34	تتوافق الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 مع القيم الحضارية العربية والإسلامية					
35	أفضل مشاهدة الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1 على تلك المعروضة على الفضائيات الأخرى					
36	اعتقد أن الدراما التلفزيونية المقدمة في قناة MBC 1 تتفاعل مع أحداث العالم الإسلامي					

انتهت الاستبانة

شاكرا لكم حسن تعاونكم

ملحق رقم (2)

أسماء الأساتذة محكمي استبانة الدراسة ومكان عملهم

التسلسل	الاسم	مكان العمل
1	أ.د. عبد الجبار توفيق	جامعة الشرق الأوسط MEU
2	أ. د. غازي خليفة	جامعة الشرق الأوسط MEU

3	أ. د. تيسير أبو عرجة	جامعة البترا
4	أ.د إبراهيم أبو عرقوب	الجامعة الأردنية
5	د. علي نجادات	جامعة اليرموك
6	د. محمد القضاة	جامعة اليرموك
7	د. حارث عبود	جامعة جدارا